Supplemento ordinario alla "Gazzetta Ufficiale" n. 160 del 12 luglio 2010 - Serie generale

Spediz. abb. post. 45% - art. 2, comma 20/b
Legge 23-12-1996, n. 662 - Filiale di Roma

GAZZETTA UFFICIALE

DELLA REPUBBLICA ITALIANA

PARTE PRIMA — **Roma - Lunedì, 12 luglio 2010** — SI PUBBLICA TUTTI I GIORNI NON FESTIVI

DIREZIONE E REDAZIONE PRESSO IL MINISTERO DELLA GIUSTIZIA - UFFICIO PUBBLICAZIONE LEGGI E DECRETI - VIA ARENULA 70 - 00186 ROMA
AMMINISTRAZIONE PRESSO L'ISTITUTO POLIGRAFICO E ZECCA DELLO STATO - LIBRERIA DELLO STATO - PIAZZA G. VERDI 10 - 00198 ROMA - CENTRALINO 06-85081

N. 152

AUTORITÀ PER LE GARANZIE
NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 10 giugno 2010.

Identificazione e analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE).
(Delibera n. 284/10/CONS).

SOMMARIO

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DECRETI E DELIBERE DI ALTRE AUTORITÀ

AUTORITÀ PER LE GARANZIE NELLE COMUNICAZIONI

DELIBERAZIONE 10 giugno 2010.

Identificazione e analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla raccomandazione 2003/311/CE). (Delibera n. 284/10/CONS).

L'AUTORITÀ

NELLA sua riunione di Consiglio del 10 giugno 2010;

VISTA la legge 31 luglio 1997, n. 249, recante "Istituzione dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e norme sui sistemi delle telecomunicazioni e radiotelevisivo", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 31 luglio 1997, n. 177 - supplemento ordinario n. 154;

VISTA la legge 14 novembre 1995, n. 481, recante "Norme per la concorrenza e la regolazione dei servizi di pubblica utilità. Istituzione delle Autorità di regolazione dei servizi di pubblica utilità", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 18 novembre 1995, n. 270 - supplemento ordinario n. 136;

VISTA la delibera n. 316/02/CONS del 9 ottobre 2002, recante "Regolamento concernente l'organizzazione e il funzionamento dell'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e successive modificazioni e integrazioni", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 5 novembre 2002, n. 259 e successive modificazioni;

VISTE le direttive n. 2002/19/CE ("direttiva accesso"), 2002/20/CE ("direttiva autorizzazioni"), 2002/21/CE ("direttiva quadro"), 2002/22/CE ("direttiva servizio universale"), pubblicate nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee del 24 aprile 2002, L 108;

VISTE le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicate nella Gazzetta Ufficiale delle Comunità europee dell'11 luglio 2002, C 165 (le "Linee Direttici");

VISTO il decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche" pubblicato nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 215 (il "Codice");

VISTA la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le

reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella Gazzetta ufficiale delle Comunità europee dell'8 maggio 2003 L 114 (la "precedente Raccomandazione");

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 17 dicembre 2007 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione *ex ante* ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 28 dicembre 2007 L 344/65 (la "Raccomandazione");

VISTA la Raccomandazione della Commissione del 15 ottobre 2008, relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, che istituisce un quadro normativo comune per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, pubblicata nella Gazzetta ufficiale dell'Unione europea del 12 novembre 2008 L 301;

VISTA la delibera n. 217/01/CONS del 24 maggio 2001 recante "Regolamento concernente l'accesso ai documenti", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 giugno 2001, n. 141 e successive modifiche;

VISTA la delibera n. 453/03/CONS del 23 dicembre 2003, recante "Regolamento concernente la procedura di consultazione di cui all'articolo 11 del decreto legislativo 1° agosto 2003, n. 259" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 gennaio 2004, n. 22;

VISTO l'accordo di collaborazione tra l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni e l'Autorità garante della concorrenza e del mercato in materia di comunicazioni elettroniche del 27 gennaio 2004;

VISTA la delibera n. 118/04/CONS del 5 maggio 2004, recante "Disciplina dei procedimenti istruttori di cui al nuovo quadro regolamentare delle comunicazioni elettroniche" pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 19 maggio 2004, n. 116 e successive modificazioni;

VISTA la delibera n. 642/06/CONS del 9 novembre 2006, recante "Mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 della raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE). Identificazione ed analisi del mercato, valutazione di sussistenza di imprese con significativo potere di mercato e definizione degli obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 18 dicembre 2006, n. 293 - supplemento ordinario n. 237;

VISTA la delibera n. 87/06/CONS del 22 febbraio 2006, recante "Integrazione alla consultazione pubblica sulla identificazione ed analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali, sulla valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e sugli obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere: (mercati n. 3 e n. 5 della

Raccomandazione della commissione europea n. 2003/311/CE)” pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 17 marzo 2006, n. 64;

VISTA la delibera n. 417/06/CONS del 28 giugno 2006 recante “Mercati della raccolta, terminazione e transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere (mercati n. 8, 9 e 10 fra quelli identificati dalla raccomandazione sui mercati rilevanti dei prodotti e dei servizi della Commissione europea), pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 7 settembre 2006, n. 208;

VISTA la delibera n. 251/08/CONS del 14 maggio 2008 recante “Modifiche all’articolo 40 della delibera n. 417/06/CONS, a seguito dell’applicazione del modello volto alla determinazione dei costi di terminazione per un operatore alternativo efficiente”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 4 giugno 2008, n. 129;

VISTA la delibera n. 407/08/CONS del 17 luglio 2008 recante “Procedimento di completamento dell’elenco degli operatori notificati ai sensi della delibera n. 417/06/CONS quali detentori di significativo potere di mercato sul mercato della terminazione di rete fissa”, pubblicata nella *Gazzetta ufficiale* della Repubblica italiana del 14 agosto 2008, n.190 – supplemento ordinario n. 194;

VISTA la delibera n. 133/08/CONS del 12 marzo 2008 recante “Avvio del procedimento relativo ai mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE): identificazione ed analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti e individuazione degli eventuali obblighi regolamentari cui vanno soggette le imprese che dispongono di un tale potere” pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 29 marzo 2008, n. 75;

VISTA la delibera n. 351/08/CONS del 25 giugno 2008 recante “Avvio del procedimento relativo alla valutazione della proposta di impegni presentati ai sensi della legge n. 248/06 dalla società Telecom Italia”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 16 luglio 2008, n. 165, che ha sospeso, tra gli altri, il procedimento di cui alla delibera n. 133/08/CONS fino al momento della conclusione dell’istruttoria sulla suddetta proposta di impegni;

VISTA la delibera n. 718/08/CONS dell’11 dicembre 2008 recante “Approvazione della proposta di impegni presentata da Telecom Italia S.p.A. ai sensi della legge 248/06 di cui al procedimento avviato con delibera n. 351/08/CONS”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 29 dicembre 2008, n. 302;

VISTA la delibera n. 314/09/CONS del 10 giugno 2009 recante “Identificazione e analisi dei mercati dell’accesso alla rete fissa (mercati n. 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE”), pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 14 luglio 2009, n. 161 - supplemento ordinario n. 111;

VISTA la delibera n. 261/09/CONS del 14 maggio 2009 recante “Proroga dei termini del procedimento istruttorio avviato con delibera n. 133/08/CONS”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 3 giugno 2009, n. 126;

VISTA la delibera n. 428/09/CONS del 29 luglio 2009 recante disposizioni organizzative riguardanti il procedimento avviato con delibera n. 133/08/CONS, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 14 agosto 2009, n. 188;

VISTA la delibera n. 667/09/CONS del 26 novembre 2009 recante “Consultazione relativa alla proposta di adeguamento ed innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell’ambito della delibera 152/02/CONS ‘Misure atte a garantire la piena applicazione del principio di parità di trattamento interna ed esterna da parte degli operatori aventi notevole forza di mercato nella telefonia fissa”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 17 dicembre 2009, n. 293;

VISTA la delibera n. 706/09/CONS del 10 dicembre 2009 recante “Proroga dei termini del procedimento istruttorio avviato con delibera n. 133/08/CONS”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 gennaio 2010, n. 15 - supplemento ordinario n. 13;

VISTA la delibera n. 731/09/CONS del 16 dicembre 2009 recante “Individuazione degli obblighi regolamentari cui sono soggette le imprese che detengono un significativo potere di mercato nei mercati dell’accesso alla rete fissa (mercati n. 1, 4 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2007/879/CE”)”, pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 gennaio 2010, n. 15 - supplemento ordinario n. 13;

VISTA la delibera n. 704/09/CONS del 10 dicembre 2009 recante “Consultazione pubblica concernente l’identificazione e l’analisi dei mercati della raccolta delle chiamate nella rete telefonica pubblica in postazione fissa e della terminazione delle chiamate su singole reti telefoniche pubbliche in postazione fissa (mercato n. 2 e mercato n. 3 della Raccomandazione 2007/879/CE), pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 gennaio 2010, n. 15 - supplemento ordinario n. 13;

VISTA la delibera n. 705/09/CONS del 10 dicembre 2009 recante “Consultazione pubblica concernente l’identificazione e l’analisi del mercato del transito delle chiamate nella rete telefonica pubblica fissa (mercato n. 10 della Raccomandazione n. 2003/311/CE)” pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 20 gennaio 2010, n. 15 - supplemento ordinario n. 13;

VISTA la delibera n. 42/10/CONS del 24 febbraio 2010 recante "Proroga dei termini del procedimento istruttorio avviato con delibera n. 133/08/CONS", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 25 marzo 2010, n. 70;

VISTA la delibera n. 179/10/CONS del 28 aprile 2010 recante "Mercati dei servizi di raccolta e terminazione nella rete telefonica pubblica fissa (mercati nn. 2 e 3 della Raccomandazione della Commissione Europea n. 2007/879/CE): identificazione e analisi dei mercati, valutazione della sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti ed individuazione degli eventuali obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 maggio 2010, n. 123 - supplemento ordinario n. 113;

VISTA la delibera n. 180/10/CONS del 28 aprile 2010 recante "Mercato dei servizi di transito nella rete telefonica pubblica fissa (mercato n. 10 della Raccomandazione della Commissione Europea n. 2003/311/CE): identificazione e analisi dei mercati, valutazione di sussistenza del significativo potere di mercato per le imprese ivi operanti ed individuazione degli eventuali obblighi regolamentari", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 28 maggio 2010, n. 123 - supplemento ordinario n. 113;

VISTA la delibera n. 95/10/CONS del 25 marzo 2010, recante "Consultazione pubblica concernente l'identificazione e l'analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati n. 3 e 5 fra quelli individuati dalla Raccomandazione 2003/311/CE)", pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana del 9 aprile 2010, n. 82;

VISTE le istanze di audizione pervenute da parte delle società Telecom Italia S.p.A., Vodafone Omnitel N.V., BT Italia S.p.A., Associazione Italiana Internet Providers (AIIP), Fastweb S.p.A., Wind Telecomunicazioni S.p.A., Tiscali Italia S.p.A.;

SENTITA, in data 6 maggio 2010, la società Vodafone Omnitel N.V.;

SENTITA, in data 7 maggio 2010, la società Telecom Italia S.p.A.;

SENTITA, in data 7 maggio 2010, la società BT Italia S.p.A.;

SENTITA, in data 10 maggio 2010, l'Associazione Italiana Internet Providers (AIIP);

SENTITE, in data 10 maggio 2010, in audizione congiunta, le società Fastweb S.p.A., Wind Telecomunicazioni S.p.A., Tiscali Italia S.p.A.;

VISTI i contributi prodotti, singolarmente da Vodafone Omnitel N.V., Telecom Italia S.p.A., BT Italia S.p.A., l'Associazione Italiana Internet Providers (AIIP), nonché il contributo presentato congiuntamente dalle società Fastweb S.p.A., Wind Telecomunicazioni S.p.A. e Tiscali Italia S.p.A.;

CONSIDERATO quanto segue:

SOMMARIO

INDICE DELLE FIGURE

INDICE DELLE TABELLE

1. IL QUADRO DI RIFERIMENTO NORMATIVO E REGOLAMENTARE

1.1 Il quadro di riferimento normativo

1. Il quadro di riferimento normativo della presente analisi è costituito principalmente dalle seguenti direttive entrate in vigore il 24 aprile 2002 (c.d. quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica):

- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio che istituisce un quadro normativo comune per le reti ed i servizi di comunicazione elettronica (2002/21/CE), c.d. "direttiva quadro"[1];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa alle autorizzazioni per le reti e i servizi di comunicazione elettronica (2002/20/CE), c.d. "direttiva autorizzazioni"[2];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa all'accesso alle reti di comunicazione elettronica e alle risorse correlate, e all'interconnessione delle medesime (2002/19/CE), c.d. "direttiva accesso"[3];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio relativa al servizio universale e ai diritti degli utenti in materia di reti e di servizi di comunicazione elettronica (2002/22/CE), c.d. "direttiva servizio universale"[4];
- direttiva del Parlamento europeo e del Consiglio del 12 luglio 2002 relativa al trattamento dei dati personali e alla tutela della vita privata nel settore delle comunicazioni elettroniche (2002/58/CE), c.d. "direttiva protezione dati"[5].

2. Inoltre, particolare rilievo rivestono:

- la Raccomandazione relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche che possono essere oggetto di una regolamentazione ex ante ai sensi della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 17 dicembre 2007[6] ("la Raccomandazione");
- le Linee direttrici della Commissione per l'analisi del mercato e la valutazione del significativo potere di mercato ai sensi del nuovo quadro normativo comunitario per le reti e i servizi di comunicazione elettronica, adottate dalla Commissione il 9 luglio 2002[7] (le "Linee direttrici");

---

[1] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 33.
[2] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 21.
[3] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 7.
[4] In GUCE L 108 del 24 aprile 2002, pag. 51.
[5] In GUCE L 201 del 31 luglio 2002, pag. 37.
[6] In GUCE L 344 del 28 dicembre 2007, pag. 65.
[7] In GUCE C 165 dell'11 luglio 2002, pag. 6.

- la Raccomandazione relativa alle notificazioni, ai termini e alle consultazioni di cui all'articolo 7 della direttiva 2002/21/CE del Parlamento europeo e del Consiglio, adottata il 15 ottobre 2008[8] (la "Raccomandazione sull'art. 7").

3. Il quadro normativo sopra delineato e, in particolare, la direttiva quadro, la direttiva accesso, la direttiva autorizzazioni e la direttiva servizio universale sono state recepite in Italia dal d.lgs. 259/03 del 1° agosto 2003, recante "Codice delle comunicazioni elettroniche"[9] (di seguito, anche il "Codice").

4. La Raccomandazione, che sostituisce la Raccomandazione della Commissione dell'11 febbraio 2003 relativa ai mercati rilevanti di prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche suscettibili di una regolamentazione *ex ante* (la "precedente Raccomandazione")[10], ha ad oggetto i sette mercati rilevanti dei prodotti e servizi del settore delle comunicazioni elettroniche le cui caratteristiche sono tali da giustificare l'imposizione degli obblighi di regolamentazione *ex ante*. L'art. 15, comma 3 e l'art. 7, comma 4, della direttiva quadro prevedono che uno Stato membro, ove ricorrano particolari circostanze, possa identificare un mercato rilevante differente da quelli previsti dalla Raccomandazione. Tali disposizioni sono state recepite dall'art. 18 e dall'art. 12, comma 4, del Codice.

5. Le Linee direttrici della Commissione illustrano i criteri cui le Autorità nazionali di regolamentazione (di seguito, le ANR o le Autorità) devono fare riferimento nell'ambito delle analisi dei mercati di cui agli artt. 14, 15 e 16 della direttiva quadro, recepiti rispettivamente dagli art. 17, 18 e 19 del Codice.

6. Il percorso che il quadro normativo comunitario delinea per l'analisi sulla concorrenzialità dei mercati richiede che le ANR procedano dapprima alla definizione del mercato, sia con riferimento ai mercati identificati dalla Commissione come suscettibili di regolamentazione *ex ante* (indicati nell'Allegato della Raccomandazione") sia con riferimento ad eventuali ulteriori mercati non inclusi in tale lista.

7. Una volta definito il mercato dal punto di vista merceologico e geografico e verificato, per i mercati non indicati nell'Allegato alla Raccomandazione, che i cd "tre criteri" risultano soddisfatti (*infra* capitolo 3), le ANR procedono alla verifica dell'eventuale sussistenza, sul mercato individuato, di imprese che detengano, individualmente o congiuntamente, un significativo potere di mercato. All'esito della suddetta analisi le ANR introducono, rimuovono o modificano obblighi regolamentari. La definizione dei mercati rilevanti e l'analisi degli stessi devono essere condotte dalle

---

[8] In GUCE L 301 del 12 novembre 2008, pag. 23.

[9] Pubblicato nella Gazzetta Ufficiale della Repubblica italiana del 15 settembre 2003, n. 214 ed entrato in vigore il 16 settembre 2003.

[10] In GUCE L 114 dell'8 maggio 2003, pag. 45. Tale Raccomandazione individuava diciotto mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* che sono stati oggetto del primo ciclo di analisi condotte dall'Autorità.

ANR conformemente ai principi del diritto della concorrenza, tenendo nel massimo conto la Raccomandazione e le Linee direttrici. Tuttavia, dal momento che cambia l'orizzonte temporale di riferimento, non si può escludere che, in taluni casi, i mercati definiti ai fini della regolamentazione settoriale possano non coincidere con i mercati definiti ai fini del diritto della concorrenza. Infatti, nel caso della regolamentazione, la definizione dei mercati è sempre svolta in chiave previsionale, in quanto le ANR devono tenere conto, oltre che delle condizioni di mercato esistenti, anche della prevedibile evoluzione futura.

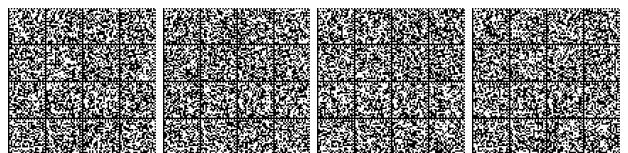
1.2 Il quadro di riferimento regolamentare

8. I servizi al dettaglio di traffico telefonico sono stati regolamentati già nell'ambito del precedente quadro regolamentare del 1998 mediante una serie di delibere dell'Autorità[11]. A seguito dell'entrata in vigore del nuovo quadro regolamentare di cui al paragrafo 1.1, l'Autorità, all'esito del primo ciclo di analisi di mercato, ha definito per i mercati al dettaglio dei servizi telefonici locali/nazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e per clienti non residenziali (mercati n. 3 e n. 5 fra quelli identificati dalla Raccomandazione 2003/311/CE) la nuova regolamentazione *ex ante* applicabile a tali mercati. In particolare l'Autorità, con delibera n. 642/06/CONS, ha individuato, con riferimento ai servizi in questione, sei mercati rilevanti distinti per direttrice (locale, nazionale e fisso-mobile) e per tipologia di clientela (residenziale e non residenziale). In tutti i mercati rilevanti non sono state riscontrate condizioni di concorrenza effettiva, ma la sussistenza di un significativo potere di mercato in capo a Telecom Italia. L'Autorità, in ragione di ciò, ha imposto all'*incumbent* una serie di obblighi a livello *retail* dettagliatamente indicati nella suddetta delibera.

9. In particolare, l'Autorità, con delibera n. 642/06/CONS, ha imposto a Telecom Italia, con riferimento alle sole offerte generalizzate, l'applicazione di un meccanismo di programmazione pluriennale dei prezzi massimi (*price cap*) da applicarsi separatamente per i servizi forniti alla clientela residenziale e non residenziale nonché in relazione alla direttrice locale, nazionale e fisso-mobile, limitatamente – in questo ultimo caso – alla sola quota di *retention*. Per le altre categorie di offerta (offerte tariffarie e offerte definite nell'ambito di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore) la suddetta delibera ha invece previsto l'applicazione dei test di prezzo di cui alla delibera n. 152/02/CONS.

10. Telecom Italia è stata altresì sottoposta ad un obbligo di contabilità dei costi, di trasparenza e pubblicazione delle condizioni di offerta ed è stata inoltre obbligata a consentire ai propri abbonati l'accesso ai servizi di qualsiasi fornitore interconnesso di

---

[11] Cfr. Delibere n. 85/98, 101/99, 171/99, 847/00, 469/01, 47/03, 289/03 e 152/02/CONS.

servizi telefonici accessibili al pubblico nella modalità di selezione e preselezione del vettore. All'operatore dominante, infine, è stato fatto divieto di privilegiare ingiustamente determinati clienti finali e di accorpare in modo indebito i servizi offerti.

2. DEFINIZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

2.1 Introduzione

11. Ai sensi dell'articolo 18 del Codice, l'Autorità, tenendo in massima considerazione la Raccomandazione e le Linee direttrici,[12] definisce i mercati rilevanti conformemente ai principi del diritto della concorrenza e sulla base delle caratteristiche e della struttura del mercato nazionale delle comunicazioni elettroniche.

12. Nell'ambito della pratica del diritto della concorrenza, la definizione del mercato è quel processo il cui fine è di individuare un insieme di prodotti/servizi e loro fornitori (attuali e potenziali) che esercitano dei vincoli competitivi uno sull'altro, determinando significative interferenze tra le imprese del mercato. Similmente si può affermare che si tratta di individuare quei prodotti/servizi che siano effettivamente alternativi per la soddisfazione di un determinato bisogno economico, delimitandone al tempo stesso l'ambito geografico di riferimento. In tal senso, il mercato rilevante presenta sia una dimensione merceologica sia una dimensione geografica.

13. Secondo una giurisprudenza consolidata, difatti, il mercato del prodotto/servizio rilevante comprende i prodotti o i servizi sostituibili o sufficientemente intercambiabili, in funzione non solo delle loro caratteristiche specifiche, dei loro prezzi e dell'uso cui sono destinati, ma anche in funzione delle condizioni di concorrenza e/o della struttura della domanda e dell'offerta sul mercato in questione. Pertanto l'Autorità, oltre a considerare i prodotti o servizi sufficientemente intercambiabili per caratteristiche oggettive, prezzi e destinazione, analizza le condizioni di sostituibilità prevalenti dal lato della domanda e dell'offerta applicando la logica del test del monopolista ipotetico, *small but significant non transitory increase in price* (SSNIP test).

14. Una volta identificato il mercato del prodotto/servizio rilevante, l'Autorità procede alla definizione della dimensione geografica del mercato, ovvero dell'area in cui sono esercitati i vincoli competitivi, in particolare laddove i soggetti interessati sono attivi dal lato dell'offerta e della domanda dei prodotti/servizi in questione, in cui le condizioni della concorrenza sono simili o sufficientemente omogenee e che può essere distinta dalle aree adiacenti, in cui le condizioni prevalenti della concorrenza sono sostanzialmente diverse. Il punto di partenza per la definizione dei limiti del mercato geografico è analogo a quello sopra descritto per la valutazione della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta (SSNIP test), anche se – in alcuni casi – la diretta applicazione del test del monopolista ipotetico potrebbe condurre all'individuazione di

[12] Cfr. Linee direttrici, capitolo 2, punti 33 – 69.

mercati di ambito geografico molto ristretto, quali un singolo comune o l'area servita da una singola centrale. In tali casi è opportuno che a prevalere sia sempre il concetto di omogeneità delle condizioni competitive.

2.2 I mercati al dettaglio dei servizi telefonici locali/nazionali nella definizione della Commissione

15. La precedente Raccomandazione individuava come mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* i seguenti mercati:

a. servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti residenziali;

b. servizi telefonici locali e/o nazionali disponibili al pubblico forniti in postazione fissa per clienti non residenziali.

16. All'esito del primo ciclo di analisi di mercato l'Autorità (delibera n. 642/06/CONS) identificava i seguenti mercati rilevanti:

a. servizi telefonici locali forniti in postazione fissa per clienti residenziali;

b. servizi telefonici nazionali forniti in postazione fissa per clienti residenziali;

c. servizi telefonici fisso-mobile forniti in postazione fissa per clienti residenziali;

d. servizi telefonici locali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali;

e. servizi telefonici nazionali forniti in postazione fissa per clienti non residenziali;

f. servizi telefonici fisso-mobile forniti in postazione fissa per clienti non residenziali.

17. La Commissione, nella Raccomandazione 2007/879/CE, ha eliminato i mercati al dettaglio dei servizi telefonici locali/nazionali disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali dalla lista dei mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*, basandosi sul presupposto che la regolamentazione relativa ai mercati all'ingrosso, inclusi gli obblighi di *Carrier Selection* e *Carrier Pre-Selection*, riduca significativamente le barriere all'entrata in questi mercati al dettaglio.

18. La Commissione, nell'*Explanatory Note*[13]*,* osserva, infatti, come l'ingresso in tali mercati di operatori che impiegano i servizi di *Carrier Selection*, *Carrier Pre-selection* e *Wholesale Line Rental*, insieme alla diffusione dei servizi di VoB (*Voice over Broadband*) nei Paesi in cui è significativo il livello di penetrazione della larga banda, indichi che, in generale, i mercati dei servizi telefonici al dettaglio forniti da postazione fissa tendano verso una concorrenza effettiva.

---

[13]*Explanatory Note, accompanying document to the Commission Recommendation on Relevant Product and Service Markets*, C(2007) 5406 pag. 28.

19. L'Autorità, nell'ambito della presente analisi, verifica se i mercati in questione (non più inclusi nella lista dei mercati suscettibili di una regolamentazione *ex ante* dalla Raccomandazione 2007/879/CE) costituiscano ancora, alla luce delle attuale assetto competitivo, mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

2.3 Descrizione tecnica dei servizi al dettaglio di telefonia locale, nazionale e fisso-mobile

20. In linea con quanto indicato nella precedente Raccomandazione i servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico forniti in postazione fissa sono quei servizi che consentono la comunicazione vocale tra persone situate in punti geografici differenti del Paese.

21. Gli operatori alternativi possono fornire i suddetti servizi telefonici in modalità di accesso diretto o indiretto. Nel primo caso l'operatore alternativo deve disporre di una infrastruttura di rete propria per raggiungere l'utente chiamante, oppure deve avvalersi dei servizi di accesso disaggregato o di accesso a banda larga all'ingrosso (*bitstream*) di Telecom Italia. Nel secondo caso l'operatore alternativo deve acquistare dall'operatore di accesso l'originazione della chiamata attraverso i servizi attualmente disponibili di *Carrier Selection* e *Carrier Pre-selection*, in base ai quali è possibile instradare le chiamate sulla rete del vettore scelto dall'utente.

22. I servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico forniti in postazione fissa possono essere offerti attraverso l'utilizzo di due differenti modalità tecnologiche:

a) commutazione di circuito (che utilizza la rete telefonica pubblica PSTN/ISDN), tramite accesso a banda stretta;

b) commutazione di pacchetto (ossia i servizi di comunicazione vocale su rete IP, *Voice over Internet Protocol*, VoIP), tramite accesso a banda larga in fibra ottica o con tecnologia xDSL.

23. Con riferimento alla tecnologia a commutazione di circuito, il processo produttivo che consente di effettuare una chiamata "*end-to-end*" su rete PSTN comporta:

i) una raccolta, ossia il trasporto di una chiamata dalla linea di origine fino all'autocommutatore locale (incluso il servizio di commutazione effettuato dall'autocommutatore locale);

ii) un transito/inoltro locale, ossia il trasporto di una chiamata tra l'autocommutatore locale e quello nazionale e viceversa;

iii) un transito/inoltro nazionale, ossia il trasporto di una chiamata tra autocommutatori nazionali;

iv) una terminazione, ossia il trasporto di una chiamata dall'autocommutatore locale alla linea di destinazione (incluso il servizio di commutazione effettuato dall'autocommutatore locale).

24. Con riferimento alla tecnologia a commutazione di pacchetto, i servizi VoIP si presentano in forme tecnicamente e commercialmente diverse. Secondo la *Common Position dell'European Regulators' Group* (ERG)[14], l'elemento che accomuna tutti i tipi di servizi VoIP è l'uso di pacchetti IP per la trasmissione del segnale vocale.

25. Al riguardo, l'Autorità individua diverse categorie di servizi VoIP offribili attraverso un accesso a banda larga:[15]

a. servizi VoIP che consentono di effettuare chiamate nazionali ed internazionali tramite una numerazione geografica del Piano Nazionale di Numerazione – PNN – (servizio VoIP in decade 0);
b. servizi VoIP nomadici che consentono di effettuare chiamate nazionali ed internazionali tramite numerazione non geografica del PNN (servizio VoIP in decade 5);
c. servizi VoIP che consentono di effettuare chiamate nazionali ed internazionali utilizzando numerazioni del PNN differenti per le chiamate in entrata e per quelle in uscita, eventualmente ricorrendo a sistemi di indirizzamento alternativi alla numerazione del PNN.

26. Inoltre i servizi VoIP possono essere distinti in servizi di tipo *"managed"* e di tipo *"unmanaged"*. I primi sono servizi VoIP offerti dal medesimo operatore che offre al cliente finale anche il servizio di accesso a banda larga alla rete fissa (sia su infrastruttura propria, sia mediante il ricorso al *bitstream* o all'ULL). I secondi sono servizi VoIP offerti da un operatore differente da quello che offre al cliente finale il servizio di accesso a banda larga. L'operatore che fornisce il servizio VoIP *unmanaged* non è in grado, in generale, di gestire e controllare pienamente i parametri tecnici del servizio.

27. Si noti che solo i servizi VoIP in decade zero di cui al punto a) e di tipo *managed* presentano caratteristiche funzionali analoghe ai servizi telefonici tradizionali offerti sulla rete PSTN/ISDN. Tali servizi, infatti, garantiscono le medesime caratteristiche di qualità dei servizi di fonia vocale forniti attraverso la rete telefonica pubblica tradizionale (basso ritardo di comunicazione, assenza di jitter, assenza di eco, limitata distorsione del segnale vocale) e consentono l'accesso ai servizi di emergenza, l'identificazione della linea chiamante e la portabilità del numero.

28. Per fornire un servizio di fonia al dettaglio in tecnologia VoIP *managed* in decade 0 le funzionalità di rete necessarie sono: l'accesso a banda larga del cliente finale, l'interconnessione alla rete Internet, il trasporto della chiamata sulla rete Internet, la

---

[14] ERG (07) 56rev2 "ERG Common Position on VoIP", Dicembre 2007.
[15] Cfr. Delibera n. 11/06/CIR (Allegato B).

gestione della segnalazione telefonica mediante protocollo IP e la terminazione sulla rete di appartenenza dell'utente chiamato.

2.4 Soggetti attivi dal lato della domanda e dell'offerta

29. I soggetti attivi dal lato della domanda sono i clienti finali, residenziali e non residenziali, che effettuano chiamate telefoniche locali, nazionali e fisso-mobile da postazione fissa.

30. I soggetti attivi dal lato dell'offerta sono gli operatori di rete fissa che vendono ai clienti finali i servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile impiegando una rete proprietaria o affittata da altri operatori oppure servendosi dei servizi di *Carrier Selection* o *Pre-selection*. Attualmente in Italia e, in generale in Europa, secondo il nuovo quadro normativo delle comunicazioni elettroniche, gli operatori che intendono offrire tali servizi sono soggetti ad un regime di autorizzazione generale.

2.5 Definizione del mercato

2.5.1 I mercati del prodotto/servizio

31. Al fine di individuare il mercato rilevante dal punto di vista merceologico, l'Autorità – partendo dalle definizioni della precedente Raccomandazione e della delibera n. 642/06/CONS – intende verificare se, nel periodo di tempo intercorso dall'analisi precedente, siano intervenuti cambiamenti di carattere economico e/o tecnico tali da modificare la definizione dei mercati rilevanti. A tal fine, l'Autorità ritiene necessario valutare la sussistenza di eventuali relazioni di sostituibilità tra i seguenti servizi:

a) servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile forniti in postazione fissa;

b) servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) forniti in postazione fissa e servizi telefonici forniti in postazione mobile;

c) servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) in postazione fissa destinati alla clientela residenziale ed i medesimi servizi destinati alla clientela non residenziale;

d) servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) in postazione fissa forniti attraverso tecnologia PSTN e servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) in postazione fissa forniti attraverso tecnologia VoIP, destinati alla clientela residenziale e non residenziale.

a) *Sostituibilità tra servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile forniti in postazione fissa*

32. Dal punto di vista della domanda, l'Autorità rileva che i servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile non siano sostituibili tra loro avendo ad oggetto prestazioni differenti. Ciascun tipo di servizio, infatti, consente di realizzare - da postazione fissa - chiamate indirizzate a determinate persone raggiungibili su postazione fissa in diversi punti geografici del Paese (nell'ambito dello stesso distretto del chiamante per le chiamate locali o in un distretto diverso per le chiamate nazionali) o su postazione mobile (chiamate fisso-mobile). Ogni chiamata, dunque, è unica e non sostituibile per l'utente finale.

33. Dal punto di vista dell'offerta, invece, si ritiene che le tre tipologie di servizio di cui sopra siano sostituibili tra loro. E' infatti probabile che un fornitore di uno dei tre servizi, a seguito di un aumento modesto ma significativo del prezzo del servizio telefonico offerto, non avrebbe alcuna difficoltà ad offrire anche gli altri in quanto ha la possibilità di acquistare tutti gli *input* all'ingrosso (servizi di interconnessione) necessari per offrire i servizi telefonici in questione.

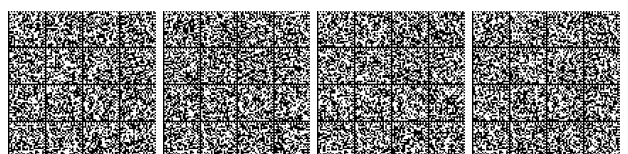
34. A conferma di quanto sopra si rileva che oggi in Italia i servizi di chiamata locale, nazionale e fisso-mobile sono commercializzati dalla totalità degli operatori presenti sul mercato, i quali subiscono la medesima pressione concorrenziale per la vendita di queste tre tipologie di servizio telefonico.

35. Alla luce di quanto sopra si individua un unico mercato rilevante dei servizi telefonici forniti in postazione fissa che comprende le chiamate locali, nazionali e fisso-mobile.

36. All'interno del mercato in questione, tuttavia, vanno distinti tre diversi segmenti di mercato relativi alla direttrice di traffico locale, nazionale e fisso-mobile che rilevano, soprattutto, in funzione delle differenze relative ai prezzi.[16]

b) *Sostituibilità tra servizi telefonici forniti in postazione fissa e servizi telefonici forniti in postazione mobile*

37. Nell'ambito della precedente Raccomandazione e della precedente analisi di mercato le chiamate originate da postazione fissa non venivano ritenute sufficientemente sostituibili da parte degli utenti finali con le chiamate originate da postazione mobile da poter essere considerate appartenenti allo stesso mercato.

[16] Con riferimento agli anni 2005-2008 si è rilevato che il prezzo medio di una chiamata fisso-mobile è pari a circa 0,169 Eurocent al minuto, mentre quello di una chiamata locale è di circa 0,024 Eurocent al minuto e quello di una chiamata nazionale è di circa 0,033 Eurocent al minuto.

L'Autorità rileva l'opportunità di verificare se siano intervenuti negli ultimi anni cambiamenti tali da portare ad una conclusione differente.

38. A tale proposito si rileva, innanzitutto, che negli ultimi anni si è assistito ad un incremento molto significativo del livello di diffusione dei cellulari in Italia che consente di ritenere che vi sia un'elevata probabilità che l'utente che effettua e riceve chiamate da terminali fissi disponga anche di un terminale mobile[17].

39. Nonostante l'incremento assai significativo del livello di diffusione dei cellulari e la diffusione delle offerte dei c.d. servizi integrati fisso-mobile – di cui si tratterà in seguito – l'Autorità rileva che ancora non si possa parlare di una totale integrazione tra le due piattaforme. Si ritiene, infatti, che sussistano elementi che portino a ritenere che le chiamate da postazione mobile siano ancora considerate da parte degli utenti finali prevalentemente un servizio complementare, piuttosto che sostitutivo, delle chiamate da postazione fissa. A tale proposito si procede ad effettuare l'analisi di sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta.

40. Per quanto concerne la sostituibilità dal lato della domanda, si evidenzia, in primo luogo, che l'elemento discriminante tra i servizi di comunicazione mobile e quelli in postazione fissa è dato prevalentemente dal fattore mobilità che consente a chi dispone di un telefono cellulare di comunicare indipendentemente dalla propria ubicazione geografica. Il consumatore finale ricerca, infatti, nei servizi di telefonia mobile, principalmente la possibilità di effettuare e ricevere chiamate in qualsiasi momento e in qualsiasi luogo, anche quando non dispone di una linea di accesso in postazione fissa. In secondo luogo si rileva che i servizi di comunicazione mobile hanno, a differenza di quelli da rete fissa, natura personale, ossia consentono all'utente di chiamare direttamente sul terminale della persona che si intende raggiungere. Infine si evidenzia che le chiamate da rete mobile generalmente hanno prezzi sensibilmente più elevati delle chiamate da rete fissa[18] nonché caratteristiche tecnico-qualitative differenti (qualità del segnale trasmissivo, copertura radio delle diverse zone geografiche, qualità vocale, ecc.).

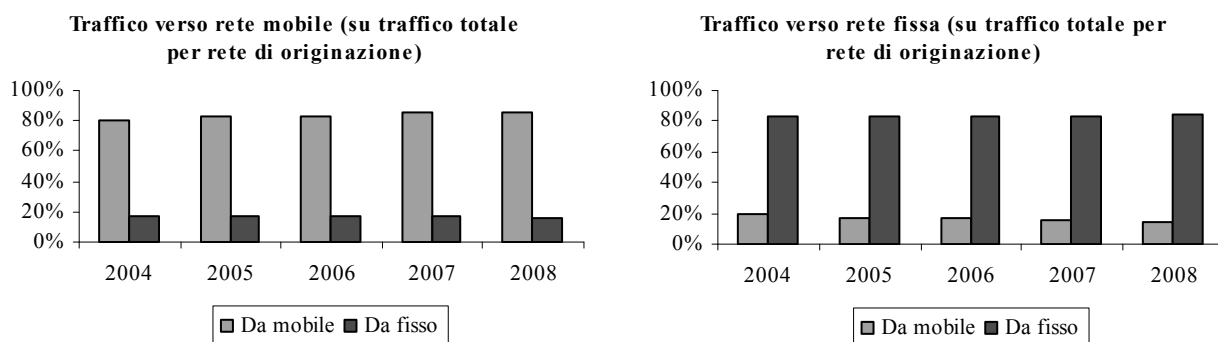
---

[17]L'Istat rileva – con riferimento al consumo di servizi di comunicazione delle famiglie italiane – che "[n]el 2007, l'85,5 per cento delle famiglie possiede un telefono cellulare, dato che ha un andamento crescente nel tempo. Al contrario, è in calo la presenza del telefono fisso nelle case: è posseduto dal 74 per cento delle famiglie, mentre nel 2001 erano l'84,7 per cento. La diffusione del cellulare sta allargando l'utenza telefonica complessiva che risulta pari al 97,2 per cento delle famiglie. Allo stesso tempo il cellulare sta sostituendo il telefono fisso: la quota di famiglie che possiede solo il telefono cellulare (e non il telefono fisso) è ormai pari al 23,2 per cento mentre era il 10 per cento nel 2001". Cfr. Istat "La vita quotidiana nel 2007 - Indagine multiscopo annuale sulle famiglie: Aspetti della vita quotidiana" Anno 2008.

[18] A titolo esemplificativo si evidenzia che la tariffa minutaria di una chiamata da rete mobile verso rete fissa (direttrice locale e nazionale) si presenta due o tre volte più elevata rispetto alla tariffa minutaria di una chiamata da rete fissa verso le medesime direttrici.

41. Per le considerazioni sopra esposte, si può quindi affermare che, dal punto di vista della domanda, nel periodo di osservazione, un incremento modesto ma significativo e non temporaneo del prezzo dei servizi di fonia vocale da postazione fissa da parte di un ipotetico monopolista difficilmente provocherebbe una sostituzione, da parte della clientela, del traffico da postazione fissa con quello da postazione mobile tale da rendere non profittevole tale aumento.

42. A supporto di quanto sopra indicato, si evidenzia che l'analisi temporale della ripartizione del traffico originato da rete mobile e da rete fissa, per rete di destinazione, mostra come i consumatori finali tendano ad utilizzare i servizi di telefonia mobile principalmente per effettuare chiamate di tipo mobile-mobile ed i servizi di telefonia fissa per effettuare principalmente chiamate di tipo fisso-fisso. Tale polarizzazione, peraltro, appare stabile nel tempo.

Figura 1 - Ripartizione del traffico originato da rete mobile e da rete fissa per rete di destinazione

43. Anche l'analisi di sostituibilità dal lato dell'offerta induce a definire due mercati distinti per i servizi di fonia in postazione fissa ed in postazione mobile. Difatti, a seguito di un incremento modesto ma significativo e non transitorio dei prezzi dei servizi telefonici da postazione fissa da parte di un monopolista ipotetico, un operatore di rete mobile difficilmente passerebbe in maniera tempestiva alla fornitura di tali servizi in ragione principalmente dei costi di avvio che necessariamente dovrebbe sostenere. A maggior riprova di quanto affermato si osserva che, al momento attuale, l'attenzione degli operatori mobili sembra essere concentrata – piuttosto che sul fenomeno della sostituibilità dell'offerta mobile con l'offerta di telefonia fissa – sulla predisposizione delle offerte di servizi integrati di tipo fisso-mobile di cui si parlerà in seguito.

44. Alla luce di tutte queste considerazioni, l'Autorità ritiene che i servizi telefonici forniti da postazione fissa costituiscono un mercato separato rispetto a quello dei servizi telefonici forniti da postazione mobile. Tali conclusioni sono peraltro in linea con la giurisprudenza *antitrust* nazionale e comunitaria nonché con le decisioni di altre autorità nazionali di regolamentazione del settore[19].

45. Nell'ambito della presente analisi si ritiene opportuno fare dei cenni in merito al fenomeno delle offerte dei c.d. servizi integrati fisso-mobile, le quali consentono di effettuare/ricevere chiamate da/su numerazioni geografiche attestate su rete mobile all'interno di una determinata area geografica (la c.d. "area casa") a condizioni tariffarie differenti da quelle scelte dall'utente per le comunicazioni mobili[20].

46. A tale proposito si confermano le conclusioni della delibera n. 65/09/CONS laddove si afferma che "*le offerte integrate di recente introduzione nel mercato, sebbene rappresentano un ulteriore elemento che indica un inizio di sostituzione dei servizi in postazione fissa con i servizi in mobilità*[21]*, non configurano, allo stato attuale, né un nuovo mercato, né l'individuazione di un unico mercato che comprenda servizi di comunicazione mobile e fissa*".

47. A tale ultimo riguardo si rileva che le chiamate effettuate da numerazioni geografiche attestate su rete mobile presentano alcune caratteristiche (numerazione geografica[22], assenza di mobilità[23], tariffe analoghe a quelle di rete fissa[24]) che potrebbero indurre a ritenere che ci possa essere, in prospettiva, qualche indizio di sostituibilità con le chiamate in postazione fissa attestate su rete PSTN e VoIP.[25]In ogni

---

[19] Cfr. COMP/M.4591 – Weather investments/Hellas Telecommunications (4 aprile 2007); Provvedimento AGCM n. 17131 Tele2/Tim-Vodafone-Wind (A357), analisi del mercato n. 15 svolte dall'Autorità di regolamentazione irlandese (Comreg) ed olandese (Opta) e analisi dei mercati n. 3 e 5 svolte dall'Autorità belga (IBTP) e inglese (OFCOM).

[20] Le offerte di questo tipo attualmente in commercio sono "Vodafone Casa" e "TIMinCasa". Cfr. siti web degli operatori Telecom Italia e Vodafone.

[21] Tali offerte, infatti, nella misura in cui possono indurre l'utente finale a rinunciare alla fruizione di servizi di accesso da rete fissa e dirigersi verso la rete mobile per la soddisfazione dei propri bisogni di comunicazione, possono indubbiamente favorire il fenomeno di sostituzione tra servizi in mobilità e i servizi in postazione fissa.

[22] La numerazione geografica (anche se attestata su rete mobile) – consentendo all'utente che effettua la chiamata verso il numero *home zone* di pagare la tariffa imposta dal proprio operatore come tariffa verso fisso – fa sì che la destinazione d'uso delle chiamate *home zone* sia sempre più paragonabile a quella delle chiamate in postazione fissa.

[23] Tali chiamate non sono caratterizzate dal fattore "mobilità" in quanto la particolare tariffa ad esse associata è applicabile alla sola "area casa".

[24] Le tariffe applicabili alla "area casa" sono differenti rispetto a quelle applicabili "in mobilità" fuori da tale zona e risultano simili rispetto ad analoghe offerte di servizi di fonia da postazione fissa basate su tecnologia PSTN o VoIP.

[25] Si rileva, tuttavia, che le chiamate da numerazioni geografiche attestate su rete mobile presentano le caratteristiche tecnico-qualitative proprie della rete mobile, dunque differenti da quelle delle chiamate da rete fissa. Inoltre si evidenzia che tali offerte consentono l'applicazione della speciale tariffa relativa alla

caso si rileva che la diffusione di tali offerte non è ancora significativa in quanto il numero di consumatori che le ha sottoscritte nonché i volumi di traffico realizzato sono del tutto marginali rispetto alle dimensioni del mercato e che, dunque, alla luce di ciò, l'inclusione nel mercato di queste chiamate è irrilevante ai fini dell'analisi in quanto non ne influenzerebbe i risultati.

c) Sostituibilità tra servizi telefonici in postazione fissa destinati alla clientela residenziale ed alla clientela non residenziale

48. In linea con quanto già affermato nell'analisi di mercato di cui alla delibera 642/06/CONS, l'Autorità sottolinea che in Italia le offerte dei vari operatori attivi sul mercato sono indirizzate in modo specifico e distinto alla clientela residenziale[26] ed alla clientela non residenziale[27].

49. Infatti, anche se da un punto di vista strettamente funzionale il servizio venduto può essere lo stesso per le due tipologie di clienti, le esigenze complessive in termini di qualità del servizio e assistenza differiscono sostanzialmente passando dalla clientela residenziale a quella non residenziale. Anche le modalità d'uso dei servizi stessi differiscono, ad esempio, per fasce orarie e per tempi di utilizzo tra i due tipi di clientela: la clientela residenziale, infatti, concentra il suo utilizzo la sera nella cosiddetta fascia *off-peak*, viceversa la clientela affari svolge la maggior parte del proprio traffico nelle ore d'ufficio, fascia cosiddetta *peak*. Tali differenti utilizzi del servizio fanno sì che gli operatori tendano ad organizzare la propria offerta in funzione delle due tipologie di clientela, che sono servite con differenti politiche commerciali e di *marketing* e quindi con condizioni contrattuali significativamente diverse.

50. In particolare, i canali commerciali e di distribuzione che sottendono l'offerta per i clienti residenziali e non residenziali sono organizzati e gestiti in maniera differente. Ad esempio, la maggior parte degli operatori utilizza numerazioni differenti per i servizi di *Customer Care* rivolti alle due tipologie di clientela e garantisce per la clientela non residenziale prestazioni aggiuntive quali un livello superiore di *assurance,* un sistema di coordinamento del *provisioning*, un canale di vendita dedicato. Si noti, inoltre, che in Italia solo alcuni dei principali operatori (ad esempio Telecom Italia, Fastweb, Wind, Tiscali) propongono offerte ad entrambe le tipologie di clientela, altri, invece, sono specializzati nell'offrire i servizi esclusivamente alla clientela non residenziale (Colt

---

"area casa" unicamente nei limiti di un *budget* di minuti prestabilito sforato il quale si applica, anche nell'area casa, la tariffa scelta dall'utente per le comunicazioni mobili.

[26] I clienti residenziali sono identificati come le persone fisiche residenti in abitazioni private che generalmente acquistano i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che riportano il proprio codice fiscale sul contratto sottoscritto con l'operatore.

[27] I clienti non residenziali sono le persone giuridiche che acquistano i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale e che riportano sul contratto la partita IVA.

Telecom e BT Italia). Non ultimo appare significativo anche il diverso regime fiscale cui sono soggette le due differenti categorie di clientela.

51. Alla luce di queste considerazioni, l'Autorità ritiene che, dal lato della domanda, un incremento dei prezzi, da parte di un ipotetico monopolista, delle chiamate rivolte alla clientela non residenziale non determinerebbe una migrazione della clientela non residenziale verso le offerte destinate alla clientela residenziale, a causa delle differenti condizioni economiche e contrattuali e dei differenti servizi di assistenza, tale da rendere non profittevole l'incremento di prezzo. Per le stesse ragioni, un incremento dei prezzi da parte di un ipotetico monopolista delle chiamate per clientela residenziale non determinerebbe una migrazione di quest'ultima verso le offerte destinate alla clientela non residenziale, se non per fasce marginali di clientela.

52. Dal lato dell'offerta, l'Autorità ritiene che un operatore che fornisce servizi alla clientela residenziale non possa rispondere tempestivamente agli eventuali aumenti di prezzo praticati da un monopolista ipotetico nel mercato della clientela non residenziale, in quanto le caratteristiche dei servizi offerti a queste due categorie di clienti possono essere molto diverse.

53. In conclusione, il diverso identificativo fiscale del cliente è un segnale esogeno a cui corrispondono caratteristiche commerciali, di marketing, di distribuzione e di assistenza distinte e non uno strumento artificiale per discriminare tra tipologie di clientela che altrimenti apparterrebbero allo stesso mercato.

54. Pertanto, l'Autorità ritiene che i mercati dei servizi telefonici per clienti residenziali siano da considerarsi distinti rispetto ai mercati aventi ad oggetto i medesimi servizi ma rivolti alla clientela non residenziale.

d) Sostituibilità tra servizi telefonici in postazione fissa forniti in tecnologia PSTN e servizi telefonici in postazione fissa forniti in tecnologia VoIP, destinati alla clientela residenziale e non residenziale

55. Rispetto al periodo di riferimento dell'analisi precedente, la telefonia vocale su tecnologia VoIP ha subito un notevole sviluppo. A tale riguardo, si evidenzia che negli ultimi anni si è registrato un significativo incremento del numero di linee sulle quali vengono forniti servizi di fonia in tecnologia VoIP in decade 0.

56. Come già affermato nel paragrafo 2.3. di questa analisi, i servizi telefonici che consentono di fare chiamate in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed* presentano caratteristiche funzionali, modalità di fruizione e caratteristiche tecnico-qualitative analoghe a quelle dei servizi telefonici tradizionali offerti sulla rete PSTN/ISDN.

57. Le due tipologie di servizi vengono inoltre offerti a condizioni economiche analoghe. Difatti, come riportato in Tabella 1, i prezzi minutari dei servizi telefonici che

consentono di fare chiamate VoIP sono sostanzialmente paragonabili a quelli dei servizi telefonici forniti sulla tradizionale rete PSTN.

58. Inoltre è opportuno evidenziare che i servizi di accesso alla rete telefonica in postazione fissa su rete PSTN e i servizi di accesso a banda larga per servizi VoIP sono da considerarsi sostitutivi e facenti parte dello stesso mercato come indicato dall'Autorità nella delibera n. 314/09/CONS[28].

59. Alla luce di quanto sopra, è ragionevole ritenere che l'utente, a seguito di un incremento di prezzo significativo, ma non transitorio, da parte di un monopolista ipotetico dei servizi di telefonia offerti su rete PSTN, potrebbe migrare verso servizi di telefonia offerti su tecnologia VoIP in decade 0 di tipo *managed*. Anche nel caso ci fossero eventuali lievi differenze nella qualità del servizio, non si ritiene che sarebbero tali da precludere lo spostamento della clientela verso i servizi VoIP.

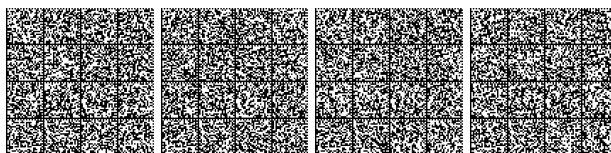
Tabella 1 - Condizioni economiche dei servizi di fonia offerti su PSTN e con tecnologia VoIP – mese anno (Euro, iva inclusa)

Tipologia di chiamata	Operatore/Nome offerta	Tariffa minutaria (€/cent minuto)	
		PSTN	VoIP
Urbane	BT/Silver	1,6	1,7
	BT/Gold	1,25	1,3
	BT/Platinum	1,25	1,3
	Fastweb/Top Customer 3	0,99	0,99
	Fastweb/Top Customer Consip	0,66	0,66
	TI/ Alice Voce No Problem Plus *	0	0
Interurbane	Fastweb/Top Customer 3	1,9	1,9
	TI/Alice Voce No Problem Plus*	0	0
* A fronte di un canone mensile di 12,95 € mese			

60. Alla luce delle suddette considerazioni, l'Autorità ritiene che la fornitura dei servizi vocali forniti su circuito commutato e con tecnologia VoIP in decade 0 e di tipo *managed*, sono da considerarsi sostituibili e, pertanto, facenti parte del medesimo mercato rilevante.

Conclusioni sulla definizione dei mercati del prodotto/servizio

61. Sulla base delle considerazioni esposte nei precedenti paragrafi, l'Autorità individua i seguenti mercati rilevanti concernenti i servizi di telefonia vocale:

[28] Cfr. Par.70-77.

1. il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*);
2. il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti non residenziali (anche in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*).

D1. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati del prodotto/servizio?

Osservazioni degli operatori

D1.1 Tutti i partecipanti alla consultazione concordano con l'Autorità nell'identificare due distinti mercati per i servizi di traffico telefonico forniti rispettivamente a clienti residenziali e non residenziali. Alcuni di essi, tuttavia, contestano la mancata individuazione di mercati distinti per ciascuna direttrice di traffico.

D1.2 In particolare, gli operatori Fastweb, Tiscali, Wind, Vodafone e BT Italia, non condividono la scelta dell'Autorità di includere le tre direttrici di traffico in un unico mercato rilevante in quanto ritengono che non vi sia sostituibilità né dal lato della domanda né dal lato dell'offerta.

D1.3 Fastweb, Tiscali, Wind e Vodafone evidenziano come la sostituibilità dal lato dell'offerta risulti verificata per il solo *cluster* di chiamate vocali locali e nazionali, non comprendendo quindi le offerte vocali fisso-mobile, in quanto caratterizzate da una componente di costo significativa – la terminazione mobile – tale da esporre l'operatore a margini incerti sul mercato nel caso di offerte *bundle*. A sostegno di tale tesi, i suddetti operatori affermano che la totalità dei soggetti che operano nel mercato offre *bundle* di servizi voce comprendenti solo chiamate locali e nazionali tramite tariffa *flat*, mentre per le offerte fisso-mobile opta per una fatturazione a consumo.

D1.4 BT Italia ritiene che quanto affermato dall'Autorità in relazione alla sostituibilità delle chiamate locali, nazionali e fisso-mobile sia valido unicamente per il mercato residenziale. Per il mercato affari, invece, l'operatore ritiene tuttora valide le considerazioni indicate nella delibera n. 642/06/CONS la quale individuava tre distinti mercati per le tre diverse direttrici di traffico. BT Italia ritiene, infatti, che dal lato dell'offerta persistano, tra le tre direttrici di traffico, le differenze di costo dovute alla diversa catena impiantistica utilizzata che non può essere facilmente replicata dall'operatore. Dal lato della domanda, secondo BT, i clienti affari, per ragioni di trasparenza e risparmio dei costi, hanno ancora esigenza di offerte che riflettano una

quotazione separata dei servizi di accesso e dei servizi di fonia ed all'interno di questi ultimi la quotazione distinta per direttrice di traffico. BT Italia sostiene, inoltre, che la diffusione delle offerte *bundle* – rilevata, secondo l'operatore, dall'Autorità come elemento volto a supportare la sostituibilità tra i diversi servizi voce – non sia giustificabile in quanto, nel mercato non residenziale, tale tipologia di offerta non è presente.

D1.5 Vodafone sostiene che debba essere riconfermata la definizione dei mercati rilevanti di cui alla delibera n. 642/06/CONS, ritenendo che continuino ad essere valide le considerazioni ivi indicate. L'operatore afferma, inoltre, che tali considerazioni siano sostenibili anche alla luce del recente orientamento dell'Autorità volto a deregolamentare alcuni servizi di interconnessione, che renderebbe, a suo parere, meno immediato l'accesso a tutti gli input *wholesale* per gli operatori alternativi, contrariamente a quanto affermato dall'Autorità al punto 33 della delibera in consultazione. Vodafone afferma inoltre che la presenza di un'oggettiva ed indiscussa non sostituibilità tra le tre direttrici di traffico dal lato della domanda, riconosciuta dalla stessa Autorità, debba essere tenuta in debito conto ancor più in presenza di una impercettibile sostituibilità dal lato dell'offerta.

D1.6 Per ciò che concerne la sostituibilità tra servizi telefonici forniti in postazione fissa e servizi telefonici forniti in postazione mobile, Fastweb, Wind, Tiscali, Vodafone e BT Italia condividono pienamente l'orientamento dell'Autorità, la quale, sulla base di valutazioni legate alle caratteristiche dei servizi ed ai prezzi praticati, ritiene che le due tipologie di servizi non rientrino in un unico mercato rilevante.

D1.7 Al contrario, AIIP non concorda con l'Autorità in quanto rileva che la sostituibilità tra i suddetti servizi deriva direttamente dalle tariffe praticate dagli operatori le quali, secondo AIIP, sono molto competitive e tali, dunque, da indurre l'utenza a spostarsi dal fisso al mobile. AIIP evidenzia, a tale proposito, la presenza sul mercato di molte offerte di servizi di telefonia mobile forfettarie che, includendo notevoli quantità di traffico verso tutte le direttrici nonché il costo dell'abbonamento/accesso, si presentano come competitive anche rispetto all'equivalente costo mensile del servizio telefonico e dell'accesso su rete fissa. L'Associazione evidenzia, inoltre, che il fenomeno della sostituzione del traffico da fisso con quello da mobile è stato riconosciuto in varie occasioni sia dagli operatori mobili che dall'Autorità (relazioni annuali) ed è altresì confermato dai bilanci di esercizio di Telecom Italia.

D1.8 Anche Telecom Italia rileva che i servizi di telefonia mobile – pur non ricadendo nei mercati rilevanti – esercitano una pressione competitiva diretta sui servizi di telefonia fissa a causa di una progressiva sostituibilità sia dal lato della domanda (in

termini di funzione d'uso e di prezzo) che dal lato dell'offerta (grazie alla diffusione dei servizi all'ingrosso di accesso alle reti mobili).

D1.9 Infine, relativamente alla sostituibilità tra i servizi telefonici in postazione fissa forniti in tecnologia PSTN e quelli forniti in tecnologia VoIP, Fastweb, Wind, Tiscali, BT Italia e AIIP concordano con l'orientamento dell'Autorità di includere nello stesso mercato rilevante i servizi PSTN e i servizi VoIP *managed* in decade zero, per il fatto che presentano caratteristiche funzionali, modalità di fruizione e caratteristiche tecnico-qualitative analoghe. Anche Telecom Italia concorda con l'Autorità sul punto, pur evidenziando che i servizi *managed* VoIP in decade zero presentano caratteristiche qualitative in parte differenti da quelli su PSTN (ad esempio la garanzia di continuità del servizio) e si trovano ancora in una fase iniziale di diffusione.

D1.10 In merito ai servizi VoIP di tipo *unmanaged*, Telecom Italia rileva che detti servizi, pur non presentando condizioni di piena sostituibilità con la fonia tradizionale da rete fissa, a causa della differente modalità d'uso e della minore qualità, stanno avendo un impatto crescente nei mercati oggetto di analisi, configurandosi come un vincolo alle scelte degli operatori attivi nel mercato rilevante.

D1.11 A tal proposito, AIIP rileva l'inopportunità di distinguere i servizi di telefonia VoIP su rete fissa *managed* e VoIP *unmanaged*. AIIP sostiene, infatti, che anche i servizi VoIP *unmanaged* possono garantire le medesime caratteristiche di qualità dei servizi di fonia vocale forniti attraverso la rete PSTN, purché il cliente finale sia munito di un'adeguata linea di accesso a banda larga con determinate caratteristiche qualitative minime. L'Associazione evidenzia, inoltre, che anche un operatore che fornisce servizi VoIP *unmanaged* può (e deve) consentire l'accesso ai servizi di emergenza, l'identificazione della linea chiamante e la portabilità del numero. AIIP ritiene, quindi, superflua la distinzione tra servizi VoIP *managed* ed *unmanaged* ai fini dell'analisi di sostituibilità e rileva che tale distinzione risulta anche contraria ai fini istituzionali dell'Autorità di garantire la concorrenza tra operatori e di rispettare il principio di neutralità tecnologica.

Valutazioni dell'Autorità

D1.12 Con riferimento alle osservazioni degli operatori relative alla sostituibilità tra le tre direttrici di traffico da rete fissa, l'Autorità ribadisce le considerazioni espresse nella delibera sottoposta a consultazione pubblica circa la sostituibilità sia dal lato della domanda che dell'offerta. A tale riguardo, innanzitutto, l'Autorità ricorda che questa impostazione coincide con quella assunta da diverse altre Autorità nazionali di regolamentazione, con il parere favorevole della Commissione europea. Inoltre, l'Autorità specifica che, ai fini della valutazione della sostituibilità dal lato dell'offerta, è stato determinante constatare che le suddette tre tipologie di servizi vengono

commercializzate da tutti gli operatori presenti sul mercato indipendentemente dal fatto che le stesse (in particolare le chiamate fisso-mobile) vengano o meno offerte in un unico *bundle* di servizi. Le differenze di costo relative alle chiamate fisso-mobile derivanti dalla terminazione mobile, infatti, non hanno in alcun modo impedito agli operatori che offrono servizi di traffico locale e nazionale di offrire anche servizi fisso-mobile. Non si riscontra, infatti, alcun ostacolo all'acquisto di tutti gli *input wholesale* in quanto la presenza di un offerta *wholesale* regolamentata (terminazione mobile e fissa, raccolta e transito distrettuale) e le condizioni tipiche di un mercato concorrenziale (transito nazionale) consentono – contrariamente a quanto affermato da Vodafone – di approvvigionarsi facilmente dei servizi in questione.

D1.13 Circa l'ulteriore rilievo di Vodafone relativo alla necessità di trascurare la sostituibilità lato offerta in presenza di una indiscussa mancanza di sostituibilità dal lato della domanda, l'Autorità ritiene che, nel caso di specie, sia opportuno invece tenere in debito conto la sostituibilità dal lato dell'offerta. Difatti, conformemente a quanto indicato nella *Comunicazione della Commissione sulla definizione del mercato rilevante ai fini dell'applicazione del diritto della concorrenza* del 9 dicembre 1997 (par. 21), richiamata dalle Linee Direttrici (par. 2.2), quando si è in presenza di una situazione in cui le imprese vendono una vasta gamma di varietà o di qualità di uno stesso prodotto che per i consumatori finali non sono sostituibili, i suddetti prodotti dovrebbero comunque essere raggruppati in un unico mercato del prodotto se i fornitori sono in grado di offrire e vendere le diverse varietà nell'immediato e senza dover sostenere incrementi significativi dei costi.

D1.14 Riguardo poi alla sostituibilità tra chiamate da postazione fissa e postazione mobile, anche in questo caso, l'Autorità conferma la propria posizione assunta nella delibera sottoposta a consultazione pubblica, pur constatando che l'evoluzione di questi servizi potrebbe verosimilmente, nel corso del tempo, dar vita ad un fenomeno di sostituzione che sarà considerato e valutato nel prossimo ciclo di analisi di mercato.

D1.15 Relativamente, infine, ai servizi VoIP *unmanaged*, l'Autorità conferma il proprio orientamento in quanto ritiene che, in linea con quanto indicato dalla Commissione europea nel Memorandum esplicativo della Raccomandazione, i predetti servizi presentano caratteristiche qualitative e modalità di fruizione tali da farli apparire, al momento, come prodotti non sostituibili con i servizi offerti su rete PSTN, a differenza dei servizi di tipo *managed* VoIP in decade zero. L'Autorità rileva, tuttavia, che nel corso del tempo questa distinzione potrebbe scomparire laddove le caratteristiche tecniche e qualitative dei servizi VoIP *unmanaged* dovessero cambiare in maniera significativa, anche in virtù dell'evoluzione delle reti. Gli impatti di tali eventuali cambiamenti saranno dunque esaminati e valutati dall'Autorità nell'ambito dell'attività di monitoraggio che include anche servizi non oggetto di regolamentazione ex ante .

D1.16 Per quanto concerne i servizi VoIP *managed* in decade zero, l'Autorità ribadisce che tali servizi possono considerarsi sostituibili con i servizi telefonici forniti sulla tradizionale rete PSTN e, pertanto, devono essere inclusi nei medesimi mercati rilevanti. In ogni caso, il riferimento a tali servizi contenuto nell'articolo 2 della delibera n. 95/10/CONS ("*anche in tecnologia VoiP in decade zero e di tipo managed*") può essere ritenuto ridondante – anche in linea con quanto previsto dalla delibera n. 578/09/CONS – posto che, in ogni caso, l'inclusione di tale tipologia di servizi nei mercati rilevanti è già ampiamente espressa nella parte motiva.

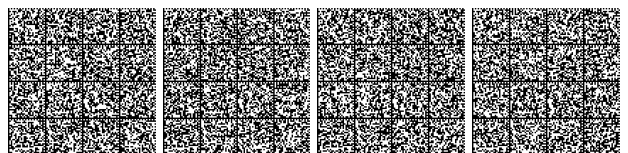
2.5.2 I mercati geografici

62. Con riferimento all'individuazione della dimensione geografica dei mercati del prodotto identificati in precedenza, l'Autorità, sulla base delle indicazioni fornite dalla Commissione nelle Linee direttrici ed anche secondo quanto espresso dal Gruppo di Regolatori Europei (ERG) nella *Common Position on Geographic Aspects of Market Analysis*[29], ha proceduto all'analisi della sostituibilità dal lato della domanda e dell'offerta ed alla verifica dell'omogeneità delle condizioni competitive sull'intero territorio nazionale[30].

63. Per quanto riguarda la domanda, l'Autorità ritiene che non esistano differenti comportamenti o preferenze dei clienti, nonché differenti modelli di acquisto tra le diverse aree del Paese, che possano determinare l'esistenza di condizioni concorrenziali specifiche per particolari ambiti territoriali all'interno del territorio nazionale.

64. Per quanto concerne l'offerta, gli operatori alternativi possono – in virtù dell'attuale regolamentazione dei mercati all'ingrosso (mercati 2, 3, 4 e 5 della nuova Raccomandazione e n. 10 della precedente Raccomandazione) – acquistare da Telecom Italia su scala nazionale (a prezzi e condizioni uniformi laddove disponibili) gli *input* necessari per offrire servizi di traffico telefonico. Pertanto, nel caso di un aumento modesto ma significativo del prezzo dei servizi telefonici da parte del monopolista ipotetico in una particolare area geografica, si può presumere che un operatore alternativo possa entrare in tale mercato in un tempo ragionevole acquistando gli *input* necessari da Telecom Italia. L'Autorità ritiene inoltre necessario procedere alla verifica circa la sussistenza di condizioni competitive omogenee nelle varie aree del Paese, tenendo in considerazione soprattutto il livello dei prezzi. A tale riguardo non si osserva una differenziazione delle offerte commerciali in base alle zone geografiche di ubicazione della clientela chiamante ma, al contrario, si riscontra un'offerta e una politica di prezzi omogenea a livello nazionale.

---

[29] Cfr. "ERG Common Position on Geographic Aspects of Market Analysis", October 2008.
[30] Per i criteri di valutazione della dimensione geografica dei mercati, si veda anche la lettera della Commissione di commento all'analisi del mercato n. 5/2007 di OFCOM (Caso UK/2007/0733).

65. Allo stato, pertanto, non sono emersi elementi tali da individuare aree del territorio nazionale in cui si registrano condizioni concorrenziali significativamente diverse da quelle prevalenti nel resto del territorio nazionale.

Conclusioni sulla definizione dei mercati geografici

66. L'Autorità ritiene che la mancanza di una segmentazione territoriale dell'offerta e dei prezzi, la sostanziale omogeneità su tutto il territorio nazionale delle modalità di commercializzazione, dei canali distributivi e delle attività di comunicazione pubblicitaria in capo a diversi operatori rendano omogenea a livello nazionale la competizione sui mercati dei servizi telefonici disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali e che, pertanto, tali mercati abbiano una dimensione geografica nazionale.

D2. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla definizione dei mercati geografici?

Osservazioni degli operatori

D2.1 Tutti i partecipanti alla consultazione condividono la posizione dell'Autorità che individua una dimensione geografica nazionale per i mercati esaminati, in quanto caratterizzati da una sostanziale omogeneità su tutto il territorio delle modalità di commercializzazione dell'offerta, dei canali distributivi e delle attività di comunicazione pubblicitaria.

D2.2 A tal proposito, Telecom Italia sottolinea che, nonostante l'esistenza di aree geografiche caratterizzate da un diverso sviluppo della concorrenza basata sull'accesso diretto (in particolare ULL) da parte degli operatori alternativi, sono presenti fattori regolamentari (ad es. il WLR) e di mercato (ad es. VoIP) che tendono ad aumentare, anche in prospettiva, l'omogeneità delle condizioni competitive del mercato delle chiamate da rete fissa.

Valutazioni dell'Autorità

D2.3 L'Autorità conferma il proprio orientamento espresso in consultazione pubblica alla luce anche della generale condivisione dello stesso da parte di tutti i partecipanti alla consultazione.

3. APPLICAZIONE DEL *TEST* DEI TRE CRITERI

67. L'analisi svolta ha portato alla definizione di mercati rilevanti non inclusi tra quelli elencati nella Raccomandazione come suscettibili di regolamentazione *ex ante*. Tenuto conto che tali mercati sono attualmente sottoposti a regolamentazione, l'Autorità deve valutare se, alla luce delle evoluzioni tecnologiche e competitive intercorse dalla conclusione della precedente analisi, i tre criteri indicati dalla Commissione nella Raccomandazione affinché un mercato sia suscettibile di regolamentazione *ex ante* risultino ancora cumulativamente soddisfatti, ovvero se:

a. sussistano forti ostacoli non transitori all'accesso;
b. sussista una struttura di mercato che non tende a produrre condizioni di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato;
c. l'applicazione del diritto della concorrenza sia insufficiente a porre rimedio ai fallimenti di mercato esistenti in mancanza di una adeguata regolamentazione *ex ante*.

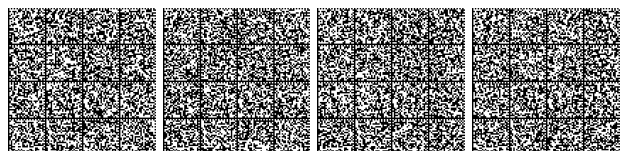
68. Nel caso tale valutazione abbia un esito positivo, l'Autorità procede alla verifica circa l'esistenza di una o più imprese che detengono un significativo potere di mercato nei mercati rilevanti.

3.1 Primo Criterio

69. La Commissione europea, nella Raccomandazione, specifica le tipologie di ostacoli all'accesso al mercato (barriere all'entrata) da tenere in considerazione. Si tratta, in primo luogo, degli ostacoli di natura strutturale all'accesso al mercato ossia quelli che *"derivano dalle condizioni iniziali dei costi o della domanda che creano condizioni asimmetriche tra operatori storici e nuovi operatori, rendendo difficile o addirittura impossibile l'accesso al mercato da parte di questi ultimi."*[31] In secondo luogo occorre tenere in considerazione gli ostacoli di natura giuridica o normativa ossia quelli non determinati dalle condizioni economiche, ma che derivano *"piuttosto da misure legislative, amministrative o di altra natura adottate a livello nazionale e aventi un effetto diretto sulle condizioni di accesso e/o la collocazione degli operatori sul mercato rilevante"*[32].

70. In accordo con le Linee Direttrici della Commissione, il Gruppo di Regolatori Europei (ERG)[33] ha individuato una serie di indicatori che le Autorità nazionali di regolamentazione (ANR) dovrebbero considerare ai fini della valutazione dell'esistenza di eventuali barriere all'entrata.

---

[31] Cfr. par. 9 della Raccomandazione.
[32] Cfr. par. 10 della Raccomandazione.
[33] Cfr. ERG *Report on Guidance on the application of the three criteria test*, June 2008.

71. Con riferimento agli ostacoli di natura normativa, l'Autorità non ritiene che sussistano rilevanti barriere di questo tipo per l'accesso nei mercati esaminati, in considerazione del fatto che si è passati dal regime delle licenze a quello delle autorizzazioni.

72. Per quanto concerne, invece, gli ostacoli di natura strutturale relativi ai mercati oggetto della presente analisi, l'Autorità reputa opportuno analizzare, in particolare, i seguenti indicatori: *i)* l'esistenza di *sunk cost*, *ii)* l'integrazione verticale, *iii)* le economie di scala, *iv)* le economie di scopo e l'integrazione orizzontale *v*) i costi del cambiamento (*switching costs*).

73. Inoltre, come rilevato nell'*Explanatory Note* alla Raccomandazione[34], le ANR valutano se tali barriere all'entrata siano di tipo non transitorio seguendo il cosiddetto *modified Greenfield approach*, cioè in assenza di regolamentazione nei mercati in esame, ma tenendo conto dell'eventuale regolamentazione vigente nei corrispondenti mercati all'ingrosso. A tale riguardo, sarà necessario tenere in considerazione gli obblighi regolamentari vigenti nei mercati all'ingrosso corrispondenti (mercati n. 2 e 3 della vigente Raccomandazione e il mercato n. 10 della precedente Raccomandazione) aventi ad oggetto i servizi di raccolta, transito e terminazione che costituiscono gli input necessari per offrire i servizi di telefonia vocale.

74. In considerazione del fatto che i servizi di traffico telefonico vocale possono essere offerti non soltanto attraverso un accesso indiretto (*Carrier Selection* o *Carrier Preselection*, regolato nell'ambito del mercato n. 2) ma anche – come accade sempre più spesso – da operatori che dispongono di accessi diretti (*Unbundling* del *Local Loop* e *naked bitstream)*, l'analisi terrà in considerazione, oltre alla regolamentazione dei mercati dell'interconnessione, anche il livello di competitività e la regolamentazione vigente nei mercati dell'accesso all'ingrosso alla rete fissa (mercati n. 4 e 5 della vigente Raccomandazione). Si rileva, infatti, la tendenza degli operatori alternativi ad una crescente infrastrutturazione (e dunque ad un utilizzo sempre più significativo dei servizi di accesso diretto rispetto a quelli di accesso indiretto) e, conseguentemente, ad un sempre più frequente impiego di offerte di servizi di traffico vocale venduti in *bundle* con il servizio di accesso.

Esistenza di sunk cost

75. I *sunk cost* sono quei costi che un operatore deve sostenere per entrare nel mercato e che non possono essere recuperati – del tutto o in parte – in caso di uscita. Tra tali costi possono rientrare alcuni investimenti in infrastrutture o in campagne pubblicitarie e di vendita che i nuovi entranti sostengono a seguito dell'entrata sul mercato per la creazione di una base clienti sufficientemente ampia.

---

[34] Cfr. *Explanatory Note* p. 8.

76. Per poter offrire un servizio di traffico vocale al dettaglio un operatore può o dotarsi di una infrastruttura di rete propria per raggiungere l'utente chiamante oppure avvalersi dei servizi all'ingrosso di accesso diretto (ULL e *naked bitstream*) o indiretto (CS e CPS). In caso di realizzazione di infrastrutture proprietarie l'operatore deve indubbiamente sostenere ingenti investimenti solo limitatamente recuperabili in caso di uscita dal mercato (a causa della obsolescenza tecnica o della riduzione dei prezzi delle apparecchiature). Nel caso l'operatore faccia invece ricorso ai servizi di accesso all'ingrosso, il livello dei costi non recuperabili (*sunk costs*) si riduce sensibilmente e varia a seconda della tipologia di accesso utilizzata risultando, in generale, più elevato nel caso di accesso diretto (ULL e *naked bitstream*).

77. Nei primi anni di liberalizzazione dei mercati delle telecomunicazioni, la modalità di accesso indiretto ha consentito a numerosi operatori, dotati di limitate infrastrutture proprietarie, di offrire servizi di telefonia al dettaglio da postazione fissa in modo diffuso sul territorio nazionale, grazie all'esistenza di un'offerta all'ingrosso per i diversi livelli di interconnessione. Il ricorso alla modalità di accesso indiretto da parte degli operatori alternativi è andato tuttavia diminuendo nel tempo all'aumentare del livello di infrastrutturazione degli stessi.

78. La tendenza verso un modello di business *infrastructure based* e verso offerte di tipo *bundle* porterebbe a ritenere che i *sunk cost* derivanti dall'acquisto delle infrastrutture di accesso e relativi, pertanto, ai mercati dell'accesso all'ingrosso, possano rappresentare una barriera all'entrata anche per l'offerta dei servizi di telefonia vocale. Tali costi, tuttavia, proprio in quanto sostenuti per offrire una pluralità di servizi, potrebbero essere recuperati più velocemente.

79. L'Autorità osserva peraltro che, con riferimento ai suddetti *sunk costs* legati alla infrastruttura di accesso, la regolamentazione *wholesale* può rivelarsi efficace a ridurre e superare nel breve tempo le suddette barriere. Difatti, oltre alla regolamentazione dei mercati dell'interconnessione (delibere n. 704/09/CONS e 705/09/CONS in fase di consultazione), che consente ai nuovi entranti di acquisire servizi di accesso in modalità indiretta senza sostenere costi irrecuperabili, la regolamentazione dei servizi di accesso diretto, di recente definita con delibera n. 731/09/CONS – congiuntamente agli Impegni di Telecom Italia – dovrebbe assicurare, se adeguatamente implementata e rispettata dall*'incumbent*, un accesso non discriminatorio a questi specifici input *wholesale* ed eliminare, in ogni modo, anche le barriere all'ingresso nei mercati *retail* legate a questo tipo di accesso.

80. Per quanto riguarda invece il sostenimento dei costi legati agli investimenti in campagne di *marketing* e di vendita si rileva che non tutti questi costi sono da considerarsi non recuperabili in caso di uscita dal mercato (come potrebbero esserlo per esempio i costi relativi alle campagne finalizzate alla promozione di proprie specifiche offerte o a fronteggiare specifiche offerte dei concorrenti); alcuni di essi, infatti, si riflettono sul valore di avviamento dell'impresa e, pertanto, possono essere recuperati in caso di vendita del marchio. Inoltre, dato il crescente orientamento degli operatori verso

offerte integrate di servizi (*bundle*), tali costi, sono sostenuti in relazione non solo ai servizi analizzati ma anche agli altri servizi del *bundle* e quindi non risultano di pertinenza esclusiva dei mercati analizzati.

81. Le considerazioni di cui sopra portano, dunque, a considerare le suddette barriere all'entrata di limitata entità e, in ogni caso, di carattere meramente transitorio.

Integrazione verticale

82. Per quanto riguarda l'integrazione verticale, è noto che l'esistenza di situazioni di significativo potere di mercato nei mercati a monte può influenzare in modo rilevante il livello concorrenziale nei mercati a valle. In altri termini, l'eventuale difficoltà di accesso alle risorse all'ingrosso, ovvero la difficoltà di accesso a condizioni concorrenziali, può creare o accrescere le barriere all'ingresso nel mercato al dettaglio.

83. Telecom Italia è l'operatore che presenta il maggiore livello di integrazione verticale lungo tutta la catena tecnologica e impiantistica a livello nazionale. In virtù di ciò, tale operatore può provvedere ad una razionalizzazione dei costi di natura tecnico-operativa ed effettuare scelte coordinate tra livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore tali da consentirgli efficienze allocative e margini di guadagno che non sono sempre raggiungibili dagli altri operatori.

84. L'integrazione verticale dell'*incumbent* potrebbe, infatti, condurre quest'ultimo a porre in essere una serie di comportamenti anticoncorrenziali sui mercati a monte che limitano fortemente il grado di concorrenza nei mercati a valle oggetto della presente analisi.

85. Si tratta, in primo luogo, di comportamenti quali la negazione dell'accesso alla rete e ai fattori produttivi ed il rifiuto di ogni forma di negoziazione o la definizione di termini e condizioni contrattuali di fornitura irragionevoli, la negoziazione con gli altri operatori di specifiche condizioni di fornitura degli *input* discriminatorie rispetto a quelli riconosciuti alle proprie divisioni commerciali, uso discriminatorio di informazioni.

86. L'Autorità ritiene, tuttavia, che gli obblighi regolamentari imposti nei mercati all'ingrosso dell'accesso[35] e quelli proposti nei mercati dell'interconnessione[36] – con particolare riferimento agli obblighi di accesso, non discriminazione e separazione amministrativa rafforzati dagli Impegni di Telecom Italia approvati con delibera n. 718/08/CONS – siano sufficienti ad impedire che un tal genere di comportamenti possano essere messi in atto.

---

[35] Cfr. Delibera n. 731/09/CONS.

[36] Cfr. Delibere n. 704/09/CONS e 705/09/CONS.

87. In secondo luogo Telecom Italia, forte della propria integrazione verticale, potrebbe essere in grado di ridurre la forbice tra il prezzo al dettaglio e quello all'ingrosso determinando così una diminuzione dei margini dei concorrenti (*price squeeze*) e il relativo abbassamento del loro livello di interesse sul mercato. Telecom potrebbe, infatti, praticare dei sussidi incrociati tra i servizi di traffico telefonico ed altri servizi – venduti in mercati verticalmente collegati – rispetto ai quali risulta ugualmente dominante finalizzati al *margin squeeze*. Gli effetti di questi comportamenti possono essere evitati mediante l'applicazione di strumenti di regolamentazione e controllo *ex ante* anche con riferimento ai prezzi dei servizi al dettaglio dell'operatore dominante. In particolare nel caso – sempre più frequente – di *bundle* di servizi di accesso e di traffico vocale, la regolamentazione esistente in materia di accesso *retail* (mercati 1a e 1b, delibera n. 731/09/CONS) consente di superare il problema garantendo un controllo *ex ante* delle suddette offerte attraverso applicazione del test di replicabilità. Per quanto riguarda il rischio di *price squeeze* applicato ai soli servizi vocali (non venduti in *bundle* con i servizi di accesso *retail*), si ritiene che, considerata la diffusione limitata di tali offerte, anche in questo caso la regolamentazione imposta nei mercati *wholesale* sia sufficiente a garantire la competizione per questo tipo di servizi.

88. Tra l'altro si rileva che nei mercati rilevanti tutti gli operatori alternativi che forniscono i maggiori volumi di traffico vocale (Wind, Fastweb, BT Italia, Opitel e Tiscali) sono sufficientemente integrati verticalmente nei mercati all'ingrosso attraverso modalità di accesso diretto che consente loro di potere meglio gestire il coordinamento delle proprie risorse presente ai livelli *wholesale* e *retail* della catena del valore.

89. In definitiva, l'Autorità ritiene che la regolamentazione presente a livello *wholesale* nonché quella relativa al mercato al dettaglio dell'accesso alla rete fissa (mercato n. 1) possa ridurre i vantaggi derivanti dall'integrazione verticale di Telecom Italia nei mercati all'ingrosso.

Economie di scala

90. L'Autorità rileva che il sempre maggiore ricorso all'accesso diretto e l'orientamento al costo di quasi tutti gli input *wholesale* necessari all'offerta *retail* di servizi di fonia vocale – riducendo sensibilmente la scala minima di produzione – portano a ritenere che gli operatori nuovi entranti possano beneficiare delle stesse economie di scala realizzate dall'*incumbent.*

Economie di varietà e integrazione orizzontale

91. La possibilità di sfruttare le economie di varietà dipende in larga misura dalla capacità di offrire un'ampia gamma di servizi che hanno in comune alcune componenti di costo; di conseguenza, le economie di varietà sono maggiori per l'operatore che è in grado di veicolare il più ampio portafoglio di prodotti/servizi sulla stessa infrastruttura.

92. Sebbene Telecom Italia risulti l'operatore in grado di beneficiare di economie di diversificazione sostanzialmente maggiori rispetto agli altri operatori in considerazione dell'elevato livello di integrazione verticale che gli consente la migliore razionalizzazione dei costi possibile tra livelli *wholesale* e *retail*, l'Autorità ritiene, tuttavia, che per quanto sopra esposto (vedi punto 88), le economie di varietà sono realizzabili anche dagli operatori alternativi maggiormente infrastrutturali. A dimostrazione di ciò si rileva che attualmente i maggiori operatori alternativi presenti sul mercato offrono un'ampia gamma di prodotti e servizi unitamente ai servizi di fonia vocale.

93. Telecom Italia, inoltre, presenta un elevato livello di integrazione orizzontale per quanto riguarda l'offerta di servizi su rete fissa che è di fatto tra le più articolate oggi disponibili sul mercato delle telecomunicazioni, in particolare, per i servizi supplementari e accessori. In una situazione nella quale l'acquisto di un servizio è strettamente dipendente dall'acquisto di un altro servizio, Telecom Italia potrebbe, pertanto, attraverso offerte di *bundling* di servizi/prestazioni, fare leva sulla posizione di *leadership* relativamente ad una delle componenti del *bundle* per acquistare una posizione di dominanza anche in relazione agli altri servizi, ovvero potrebbe rendere gli acquisti dei vari servizi tra loro interdipendenti.

94. Di particolare rilevanza per i mercati in esame è la presenza di Telecom Italia, quale operatore dominante, anche sui mercati orizzontalmente collegati dell'accesso alla rete fissa (mercati 1a e 1b di cui alla delibera n. 314/09/CONS). In virtù di tale posizione Telecom Italia potrebbe offrire "*unreasonable bundles"* tra i servizi di accesso ed i servizi di traffico su rete fissa al fine di ostacolare la concorrenza nel mercati esaminati. Telecom Italia, inoltre, potrebbe tentare di effettuare dei sussidi incrociati al fine di praticare prezzi predatori sui mercati esaminati. Con riferimento a quanto sopra si rileva che la regolamentazione imposta nei mercati dell'accesso *retail* alla rete fissa (mercato n. 1 delibera n. 731/09/CONS) è idonea a risolvere il problema dei *bundle* irragionevoli tra accesso e voce nonché fenomeni di sussidi incrociati tra i due mercati.

Switching costs

95. Un ulteriore indicatore della presenza di barriere all'ingresso è l'esistenza di elevati *switching costs,* cioè di quei costi che un utente deve sostenere per cambiare operatore. Nel caso dei mercati in esame, gli *switching costs* possono riferirsi sia ai costi che un cliente dovrebbe sostenere per cambiare solo l'operatore che fornisce i servizi di fonia, sia i costi che dovrebbe sostenere per cambiare l'operatore di accesso.

96. L'Autorità osserva che, nel primo caso, gli *switching costs* per i clienti sono praticamente assenti. Nel secondo caso, la possibilità degli utenti di conservare il proprio numero di telefono (*number portability*) in caso di cambio di operatore di accesso, la possibilità di recedere dal contratto in qualsiasi momento, sostenendo unicamente i costi necessari per la conclusione del rapporto contrattuale, nonché il fatto che molti operatori offrano gratis (o a prezzi molto contenuti) le nuove attivazioni,

costituiscono elementi che riducono sensibilmente i costi di cambiamento del fornitore che gli utenti dovrebbero sostenere.

97. L'Autorità ritiene pertanto che gli *switching cost*s non siano di entità tale da costituire una barriera all'ingresso nei mercati in esame.

Conclusioni sul primo criterio

98. Dall'analisi degli indicatori summenzionati l'Autorità evince che nei mercati oggetto della presente analisi, lo sviluppo delle reti degli operatori alternativi e gli obblighi imposti nei mercati a monte riducano considerevolmente le barriere all'ingresso individuate.

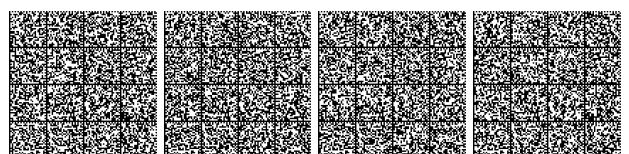
99. Come già evidenziato in precedenza, infatti, la regolamentazione *wholesale*, sia quella dei mercati dell'interconnessione (delibere n. 704/09/CONS e 705/09/CONS in fase di consultazione) che quella relativa ai servizi di accesso diretto (di recente definita con delibera n. 731/09/CONS) – congiuntamente agli Impegni di Telecom Italia – dovrebbe assicurare, se adeguatamente implementata e rispettata dall'*incumbent*, un accesso non discriminatorio a questi specifici input *wholesale* ed eliminare, in ogni modo, anche le barriere all'ingresso nei mercati *retail.* Rileva a tal fine anche l'obbligo – imposto dalla delibera n. 731/09/CONS nell'ambito del mercato dell'accesso al dettaglio (mercato n. 1) – di comunicazione preventiva delle offerte aventi ad oggetto i servizi al dettaglio di accesso da rete fissa (venduti anche in *bundle* con altri servizi) ai fini della verifica del test di prezzo.

100. Le considerazioni di cui sopra portano a considerare il primo criterio come non superato, in quanto non sono state riscontrate barriere all'entrata di carattere non transitorio.

3.2 Secondo Criterio

101. La Commissione europea sottolinea che "*anche qualora un mercato sia caratterizzato da forti ostacoli all'accesso, altri fattori strutturali in tale mercato possono indicare la tendenza verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato*"[37].

102. I principali indicatori da valutare al momento dell'analisi del secondo criterio "*sono analoghi a quelli esaminati nel contesto di un'analisi di mercato in prospettiva futura; si tratta in particolare di indicatori concernenti la struttura del mercato, l'andamento e la dinamica del mercato, compresi indicatori come le quote di mercato e*

[37] Cfr. par. 12 della Raccomandazione.

le relative tendenze, i prezzi di mercato e le relative tendenze, nonché la portata e la copertura delle reti o infrastrutture concorrenti”[38].

103. A tale riguardo l’ERG, nel *Report on Guidance on the application of the three criteria test,* osserva che l’orizzonte temporale considerato è di particolare rilevanza nell’analisi prospettica. Per ridurre il rischio di errore legato alla imprevedibilità delle assunzioni effettuate su orizzonti temporali troppo estesi, è ragionevole assumere come riferimento temporale ai fini dell’analisi del secondo criterio il medesimo periodo usato come riferimento nell’analisi di mercato (18 mesi).

104. Nel paragrafo precedente si è osservato che nei mercati in esame non sussistono forti ostacoli non transitori all’accesso in virtù principalmente della regolamentazione imposta a livello *wholesale*. In considerazione del fatto che i tre criteri devono risultare soddisfatti cumulativamente, il mancato soddisfacimento del primo criterio renderebbe non necessaria l’analisi del secondo e del terzo.

105. Tuttavia, poiché in assenza dei rimedi imposti nei mercati all’ingrosso, cioè a fronte di una ipotetica rimozione degli stessi, nei mercati al dettaglio oggetto di analisi si riscontrerebbe la presenza di barriere strutturali, l’Autorità ritiene opportuno valutare se vi siano altri fattori utili ad indicare se i suddetti mercati tendano ad una effettiva concorrenza nell’orizzonte temporale considerato (18 mesi).

106. L’Autorità procede dunque all’analisi del secondo criterio, analizzando gli indicatori ritenuti maggiormente significativi con riferimento ai mercati in esame, ossia *i)* il livello e l’andamento delle quote di mercato; *ii)* l’andamento dei prezzi e *iii)* le barriere all’espansione.

107. Prima di esaminare gli indicatori summenzionati, si fa un breve cenno alla struttura ed alla dinamica dei due mercati rilevanti.

Struttura e dinamica dei mercati

108. I servizi di telefonia vocale locale, nazionale e fisso-mobile sono forniti da un numero considerevole di operatori (circa 35). La maggior parte dei volumi di traffico sono venduti dall’*incumbent* che fornisce servizi di telefonia vocale sia alla clientela residenziale che a quella non residenziale e verso tutte le direttrici di traffico.

109. I maggiori operatori alternativi attivi sui mercati rilevanti sono BT Italia, Fastweb, Wind, Opitel e Tiscali. La maggior parte di questi operatori presenta un’offerta completa di servizi telefonici verso tutte le direttrici individuate e rivolte sia alla clientela residenziale che non residenziale Alcuni tra loro sono invece specializzati nella

[38] Cfr. par. 6 della Raccomandazione.

fornitura di servizi rivolti prevalentemente alla clientela non residenziale (ad es. BT Italia e Welcome) o residenziale (ad es. Opitel).

110. Oltre ai suddetti operatori, sono attivi sul mercato anche alcuni operatori minori (circa 22) che offrono servizi la cui articolazione per tipologia e tariffe è volta a soddisfare particolari esigenze della clientela. Nella maggior parte dei casi, infatti, tali operatori offrono servizi aggiuntivi di assistenza e consulenza, spesso su base prevalentemente locale (ad es. Alpikom, Brennercom).

111. I mercati dei servizi di telefonia vocale nel corso degli ultimi cinque anni presentano un andamento pressoché costante, a dimostrazione del fatto che si tratta di mercati ormai in fase di maturità. Tali mercati sviluppano un traffico complessivo di circa 90.000 milioni di minuti l’anno, di cui circa un terzo effettuato da clientela non residenziale e circa due terzi da clientela residenziale. Tale traffico ha generato tra i 4.000 ed i 5.000 milioni di euro l’anno, in questo caso equamente distribuiti tra i due gruppi di clientela.

112. Per ciascun mercato rilevante (residenziale e non residenziale) si riportano nelle Tabelle 2 e 3 i dati relativi alle differenti direttrici di traffico al fine di evidenziarne le dinamiche.

113. In relazione al mercato residenziale (Tabella 2), si evidenzia che il segmento locale è quello che sviluppa maggiori volumi di traffico, seguito dal segmento nazionale e da quello fisso-mobile. In termini di ricavi, il segmento nazionale è quello che nell’anno 2008 ha generato meno ricavi, seguito da quello locale e fisso-mobile che risulta essere il segmento maggiormente remunerativo.

Tabella 2 - Mercato residenziale per direttrice di traffico (volumi e ricavi 2005-2008)

	Volumi di traffico *(milioni di minuti)*				**Ricavi da traffico** *(milioni di euro)*			
	2005	**2006**	**2007**	**2008**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Direttrice locale	41.262	39.161	38.699	38.696	1.005	941	890	784
Direttrice nazionale	11.322	11.529	11.637	12.300	374	349	335	393
Direttrice fisso-mobile	7.535	7.017	6.204	5.550	1.448	1.257	1.302	981
Totale	60.119	57.707	56.540	56.546	2.827	2.527	2.527	2158

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

114. In relazione ai volumi sviluppati nel mercato non residenziale (Tabella 3), per la direttrice locale si osserva una lieve diminuzione dei volumi nel tempo mentre la direttrice nazionale è quella che, pur attestandosi intorno a valori pressoché costanti, ha subito un leggero incremento dal 2005 al 2008, collocandosi tra le direttrici che sviluppano maggiori volumi di traffico insieme a quella locale. I ricavi, invece si distribuiscono diversamente, in particolare la direttrice fisso-mobile presenta i ricavi più elevati, seguita da quella nazionale; in ultimo la direttrice meno remunerativa risulta essere quella locale.

115. In conclusione si rileva, in entrambi i mercati e per tutti i segmenti, una generale stabilità negli andamenti dei volumi che conferma il fatto che i mercati siano oramai in una fase di maturità. Si riscontra, inoltre, una sensibile riduzione dei ricavi coerentemente con l'andamento in diminuzione dei prezzi di cui si parlerà nel paragrafo successivo.

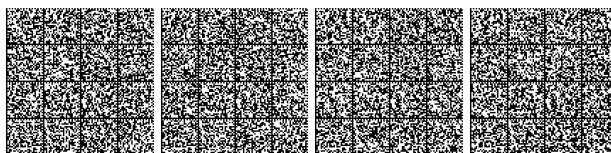



Tabella 3 - Mercato non residenziale per direttrice di traffico (volumi e ricavi 2005-2008)

	Volumi di traffico *(milioni di minuti)*				**Ricavi da traffico** *(milioni di euro)*			
	2005	**2006**	**2007**	**2008**	**2005**	**2006**	**2007**	**2008**
Direttrice locale	15.224	14.497	13.604	12.642	473	407	394	330
Direttrice nazionale	11.550	11.723	12.685	13.060	476	419	405	458
Direttrice fisso-mobile	8.299	8.701	8.837	8.684	1.413	1.374	1.366	1.215
Totale	35.073	34.921	35.126	34.386	2.362	2.200	2.165	2.003

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

Livello ed andamento delle quote di mercato

116. Dall'analisi dei dati forniti dagli operatori si osserva una generale contrazione delle quote di Telecom Italia sia in volumi che in ricavi tra il 2005 ed il 2008 su entrambi i mercati rilevanti (Tabella 4). La quota di mercato in volumi di Telecom Italia, infatti, nel mercato residenziale diminuisce di circa 7 punti percentuali mentre quella in ricavi di circa 4,5 punti percentuali. Per quanto riguarda il mercato non residenziale la riduzione è ancora più accentuata, soprattutto quella in ricavi (circa 6 punti percentuali).

117. Questi dati sono tanto più significativi se si considera la stabilità del totale dei volumi e dei ricavi di traffico generati nei mercati in questione evidenziati nel paragrafo precedente.

Tabella 4 - Quote di mercato di Telecom Italia in volumi e ricavi nei mercati dei servizi telefonici da rete fissa forniti alla clientela residenziale e non residenziale

	Volumi				Ricavi			
	2005	2006	2007	2008	2005	2006	2007	2008
Mercato residenziale	66,9	65,9	63,3	60,3	69,8	68,7	62,6	65,2
Mercato non residenziale	74,2	71,2	68,5	66,4	73,8	71,4	68,5	67,6

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

Andamento dei prezzi

118. L'Autorità ha esaminato, separatamente per i mercati rivolti alla clientela residenziale e non residenziale, e – all'interno di questi – per le direttrici di traffico individuate, l'evoluzione del prezzo medio[39] delle chiamate dal 2005 al 2008.

[39] Il prezzo medio è calcolato come rapporto tra ricavi totali e volumi totali per ciascuno dei mercati/segmenti di mercato individuati, e comprende sia le offerte generalizzate che quelle a pacchetto.

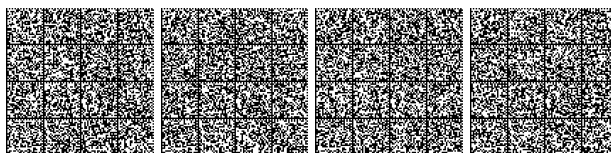
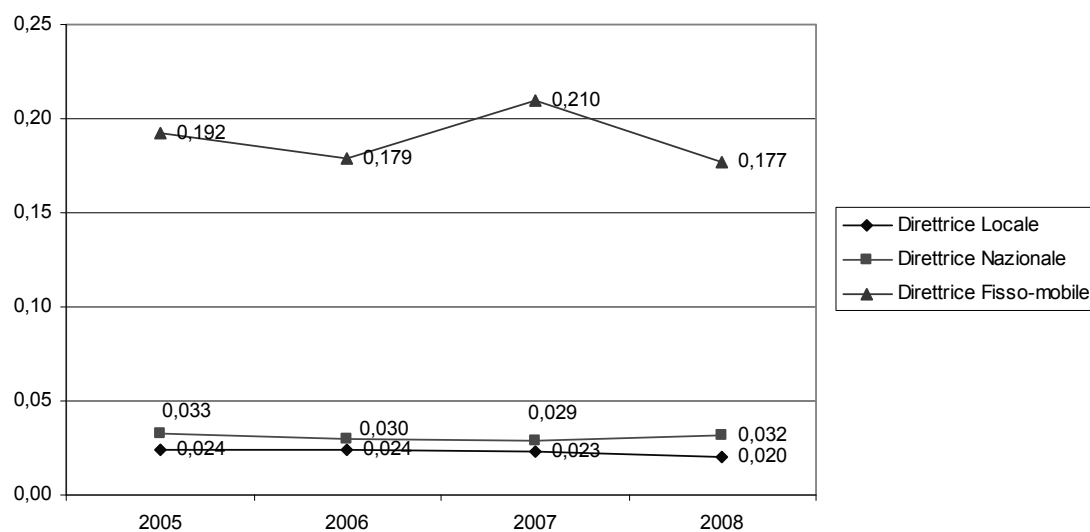



Figura 2 - Mercato residenziale (direttrice locale, nazionale e fisso-mobile): prezzo medio (euro al minuto) – Anni 2005-2008

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

119. Per quanto concerne il mercato rivolto alla clientela residenziale (Figura 2), l'Autorità osserva che l'andamento dei prezzi nel corso del tempo non ha subito variazioni significative, tranne che per il segmento locale. Per il segmento nazionale e fisso–mobile la riduzione è stata infatti più contenuta.

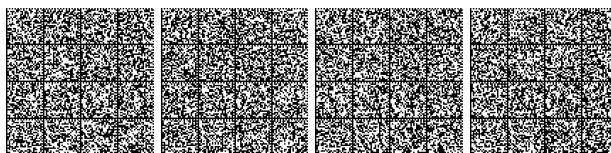
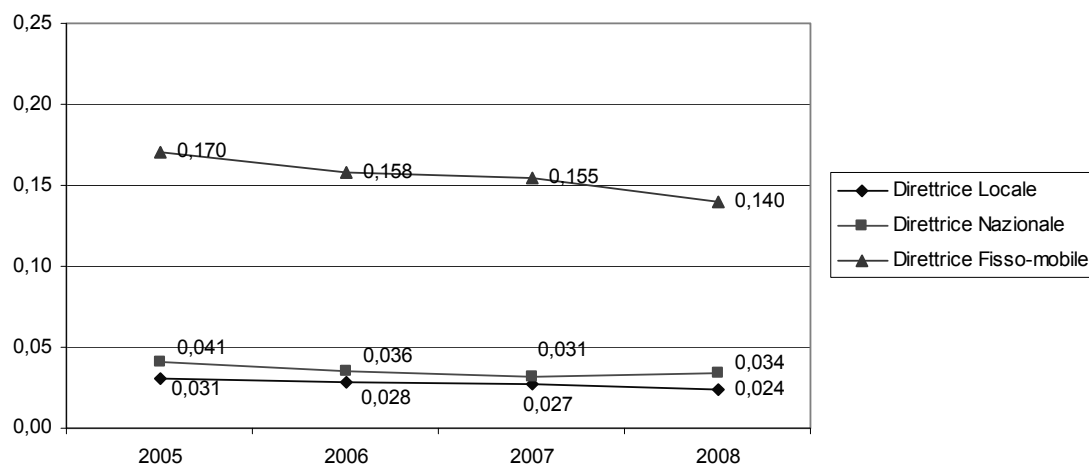



Figura 3 - Mercato non residenziale (direttrice locale, nazionale e fisso-mobile): prezzo medio (euro al minuto) – Anni 2005-2008

Fonte: elaborazioni dell'Autorità su dati forniti dagli operatori

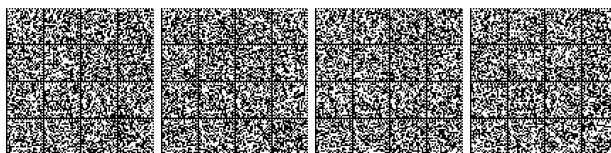
120. Passando ad esaminare l'andamento dei prezzi nei tre segmenti di mercato che interessano la clientela non residenziale (Figura 3), l'Autorità osserva che l'andamento decrescente dei prezzi nel corso del tempo è stato più marcato rispetto a quello riscontrato per i servizi rivolti alla clientela residenziale. Tra i vari segmenti di mercato, quello locale registra una riduzione più accentuata rispetto agli altri.

121. In sintesi l'Autorità osserva che nei mercati dei servizi telefonici per clientela residenziale e non residenziale dal 2005 al 2008 si registra – in relazione alle varie tipologie di chiamata locale, nazionale e fisso-mobile – una diminuzione dei prezzi (più marcata nei mercati rivolti alla clientela non residenziale).

122. Da un confronto con gli altri Paesi Europei[40] è emerso che in Italia la dinamica dei prezzi delle chiamate dell*'incumbent* sia locali che nazionali, negli ultimi quattro anni, è allineata a quella del resto d'Europa. Il prezzo praticato dall*'incumbent* per le telefonate locali, infatti, si è attestato negli anni di riferimento, senza alcun cambiamento, intorno ai 2 Euro/cent per minuto di conversazione[41] contro i 4 Euro/cent al minuto della media

---

[40] Cfr. XIV Rapporto della Commissione Europea, Commission Staff Working Document Annex to the Communication from the Commission to the European Parliament, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions – Progress Report on the Single European Electronic Communications Market 2008 (14th Report), Volume 2, SEC(2009) 376, pag. 84, figura 72.

[41] Il prezzo medio si riferisce – per consentire un confronto con i dati riportati nel XIV Rapporto – alle sole offerte generalizzate.

Europea; quello delle telefonate nazionali si è attestato intorno ai 5 Euro/cent al minuto contro i 9 Euro/cent della media europea.

Barriere all'espansione

123. Le barriere all'espansione si manifestano in modo più evidente quando ci si trova in presenza di un mercato maturo. In tale tipologia di mercato, infatti, la crescita e l'espansione dei nuovi entranti sono inibite dagli alti livelli di saturazione della domanda.

124. Le barriere all'espansione da parte di operatori alternativi attivi sul mercato dei servizi a traffico sembrano essere riconducibili essenzialmente alla difficoltà di conquistare nuove quote di mercato. L'acquisizione di nuove quote appare sempre più difficile in quanto si basa prevalentemente su nuove offerte in grado di integrare differenti servizi o sulla pratica di livelli di sconto particolarmente significativi.

125. In questo contesto l'espansione della quota di mercato degli operatori alternativi appare fortemente legata alla capacità di sviluppare una propria offerta integrata di servizi e arricchita con servizi diversi dalla telefonia vocale.

126. Si riscontra peraltro che nel mercato italiano i maggiori operatori alternativi sono presenti sul mercato con offerte integrate di servizi e sono stati capaci di conquistare rilevanti quote di mercato, come illustrato nei paragrafi precedenti (116-117).

Conclusioni sul secondo criterio

127. Alla luce di quanto sopra l'Autorità ritiene che, anche qualora i mercati considerati fossero caratterizzati da forti ostacoli all'accesso di carattere non transitorio (cioè qualora si ritenesse superato il primo criterio), vi sono altri fattori che caratterizzano tali mercati quali l'andamento decrescente delle quote di mercato dell'*incumbent* e dei prezzi che indicano che i mercati in esame tendono verso una situazione di concorrenza effettiva nell'arco di tempo considerato dall'analisi. L'Autorità ritiene, pertanto, che vi siano elementi sufficienti per concludere che anche il secondo criterio non risulti soddisfatto.

3.3 Conclusioni sull'applicazione del test dei tre criteri

128. L'analisi svolta in merito ai mercati al dettaglio dei servizi di telefonia vocale per clienti residenziali e non residenziali, porta a concludere che i primi due criteri indicati dalla Commissione europea al fine di individuare i mercati suscettibili di regolamentazione *ex ante* non risultano soddisfatti.

129. Visto che la Raccomandazione prevede che i tre criteri debbano risultare soddisfatti cumulativamente, l'Autorità non ritiene necessario svolgere l'analisi del terzo criterio per concludere che i mercati in esame non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante*.

D.3. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito ai risultati del test dei tre criteri?

Osservazioni degli operatori

D3.1 Telecom Italia condivide pienamente l'analisi condotta dall'Autorità secondo cui, nei mercati rilevanti, sia il primo che il secondo criterio non risultano soddisfatti. Al contrario, gli altri partecipanti alla consultazione non concordano con l'Autorità circa i risultati del triplo test ritenendo che, ad oggi, rispetto al primo ciclo di analisi di mercato, non siano intervenute variazioni tali da potere giustificare una deregolamentazione dei mercati in esame. Tali operatori rilevano, infatti, che persistono ancora condizioni tecniche ed economiche – quali la permanenza di quote di mercato elevate, il controllo di infrastrutture difficili da duplicare, la presenza di un forte grado di integrazione verticale e di barriere all'espansione con il rischio di fenomeni di *leveraging* orizzontale e verticale – che portano a ritenere che la regolamentazione sia ancora necessaria.

D3.2 Con riferimento al primo criterio, tutti i partecipanti (ad eccezione di Telecom Italia) sostengono che il mercato dei servizi al dettaglio di traffico telefonico sia ancora caratterizzato da rilevanti ostacoli non transitori all'accesso di tipo strutturale.

D3.3 In via preliminare, BT Italia rileva che l'Autorità avrebbe dovuto applicare in maniera più rigorosa il *modified greenfield approach*, valutando unicamente l'adeguatezza della regolamentazione vigente nei corrispondenti mercati all'ingrosso, ossia quelli relativi ai servizi di interconnessione, CS/CPS e WLR e non anche quella vigente nei mercati dell'accesso. L'operatore rileva, infatti, che per realizzare i soli servizi di fonia vocale non è necessario, né economicamente conveniente, utilizzare infrastruttura proprietaria o servizi di accesso disaggregato.

D3.4 Sempre in merito all'efficacia della regolamentazione *wholesale* – nonché degli Impegni – a rimuovere gli ostacoli presenti nei suddetti mercati, la maggior parte degli operatori alternativi sostiene che essa non sembra aver pienamente dispiegato i propri effetti, in quanto non si riscontra una situazione di piena concorrenzialità nell'accesso agli *input* per la fornitura dei servizi in esame. Gli operatori alternativi ritengono,

dunque, che sia necessario mantenere, se non addirittura rafforzare, gli strumenti regolamentari nei mercati a valle collegati.

D3.5 In particolare, Fastweb, Wind, Tiscali, Vodafone e Welcome Italia lamentano un progressivo deterioramento, negli ultimi anni, delle condizioni tecniche ed economiche di fornitura dei servizi di accesso diretto e paventano un ulteriore peggioramento, per il triennio 2010-2012, alla luce della proposta di provvedimento attualmente in consultazione di cui alla delibera n. 121/10/CONS.

D3.6 In relazione ai *sunk costs*, BT Italia non condivide la considerazione svolta dall'Autorità circa l'irrilevanza dei *sunk costs* quando si utilizzano i servizi *wholesale* di accesso di Telecom Italia. A tale proposito, rileva che, ad esempio, nel caso dell'accesso disaggregato, l'operatore alternativo, per poter accedere al servizio *wholesale* in esame, deve realizzare la propria rete fino al livello di stadio di linea dell'operatore dominante, dovendo sostenere investimenti che rappresentano uno dei maggiori *sunk costs,* come può desumersi dalle valutazioni dell'Autorità espresse nelle delibere n. 704/09/CONS e n. 705/09/CONS del 2009 relative ai mercati dell'interconnessione.

D3.7 Fastweb, Wind e Tiscali, sempre a proposito di *sunk costs*, sostengono che, a fronte della crescente rilevanza delle offerte *bundle*, gli operatori alternativi hanno dovuto privilegiare in modo crescente soluzioni di accesso diretto (ULL, *Bitstream*, WLR) in modo da essere in grado di proporre al mercato offerte *retail* analoghe a quelle proposte dall*'incumbent*, con conseguente incremento dei costi irrecuperabili.

D3.8 Per ciò che concerne l'integrazione verticale, i partecipanti alla consultazione, eccetto Telecom Italia, ritengono che nei mercati in esame il livello di integrazione verticale con i mercati all'ingrosso possa rappresentare un significativo vantaggio competitivo per Telecom Italia, consentendole di adottare pratiche finalizzate ad impedire e/o a rendere difficoltoso l'accesso alle risorse essenziali non duplicabili o pratiche di *margin squeeze*, in considerazione delle quali sarebbe necessario mantenere un controllo *ex ante* di replicabilità.

D3.9 Fastweb, Wind, Tiscali e Welcome Italia, in particolare, ritengono che la regolamentazione delle offerte a pacchetto inclusive dei servizi di accesso (PSTN e *broadband*) e servizi voce, prevista dalla delibera n. 731/09/CONS, non sia in grado di per sé di ridurre i vantaggi derivanti dall'integrazione verticale di Telecom Italia, poiché il test di prezzo valuta la replicabilità dell'intero *bundle* e non anche delle singole componenti *stand alone* e comunque sembrerebbe non applicarsi a *bundle* che non comprendono l'accesso. Il test di replicabilità di cui alla delibera n. 667/09/CONS, dunque, secondo gli operatori non consente di verificare la presenza di sussidi incrociati in mercati orizzontalmente collegati. Tale rischio, inoltre, sarebbe avvalorato, secondo gli operatori, dalla recente rimozione del *price cap* sul canone di accesso *retail* (delibera

n. 731/09/CONS), per effetto della quale Telecom Italia potrebbe incrementare il valore del canone per sussidiare servizi voce venduti sotto costo, circostanza che non verrebbe rilevata dal mero test di replicabilità sul *bundle* nel suo complesso.

D3.10 BT Italia rileva che la proposta dell'Autorità di svolgere, con riferimento alle offerte di sola fonia vocale, unicamente un test di prezzo *ex post* in considerazione della limitata diffusione di tale tipologia di offerte, non appare un rimedio adeguato per il mercato *business* in quanto, in tale mercato, le offerte di tipo *stand alone* sono molto diffuse. Difatti, BT rileva che le aziende - soprattutto quelle che ricorrono a procedure di selezione del fornitore - per ragioni di trasparenza e risparmio dei costi, chiedono ancora la quotazione separata dei servizi di accesso e dei servizi di fonia e non li richiedono dunque in *bundle*.

D3.11 Per quanto concerne le economie di scala, BT Italia sostiene che il ricorso da parte degli operatori alternativi all'accesso diretto non deve essere valutato come fattore che riduce la scala minima di produzione e che, in ogni caso, il modello di business "*infrastructure based*" considerato dall'Autorità non favorisce lo sviluppo immediato di economie di scala, ma anzi irrigidisce inizialmente la struttura dei costi facendo aumentare il peso dei costi fissi. Vodafone, Fastweb, Wind e Tiscali sostengono che, nel periodo oggetto di analisi, al contrario di quanto afferma l'Autorità, gli operatori alternativi difficilmente possono raggiungere livelli di economie di scala comparabili con quelli dell*'incumbent*, anche laddove fosse garantito un orientamento al costo dei servizi *wholesale* ed una reale parità di trattamento nella fornitura di detti servizi. A tale proposito, Fastweb, Wind e Tiscali sottolineano che a fronte di quote di mercato di Telecom Italia pari all'80% nel mercato dell'accesso *retail* (77,3% nel caso di accesso più fonia su rete commutata) e al 58,7% nel mercato *broadband retail*, gli operatori alternativi non sono in grado di fronteggiare una curva di costo medio simile a quella dell*'incumbent*. I tre operatori ritengono, inoltre, che le stesse considerazioni valgano per i costi di commercializzazione delle offerte *retail*, in relazione ai quali gli operatori alternativi sono in grado di ottenere economie di varietà ma non anche economie di scala, per le loro ridotte quote di mercato sui mercati al dettaglio.

D3.12 In merito al secondo criterio, i partecipanti alla consultazione, ad eccezione di Telecom Italia, ritengono che anche questo criterio sia superato, non ravvedendo condizioni tali da poter concludere positivamente circa lo sviluppo di una concorrenza effettiva nei mercati del traffico al dettaglio nell'arco temporale di riferimento della presente analisi.

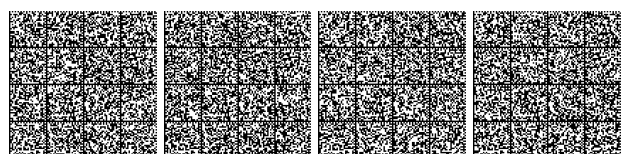
D3.13 Vodafone, Fastweb, Wind, Tiscali e Welcome Italia, ritengono che, osservando le quote di mercato tuttora elevate di Telecom Italia (al di sopra del 60%), la situazione concorrenziale attuale nei mercati in esame non appare molto diversa da quella riscontrata dall'Autorità nel primo ciclo di analisi dei mercati che l'aveva portata ad

individuare Telecom Italia in posizione dominante. Tali operatori ritengono, dunque, che la capacità dell'*incumbent* di mantenere quote al di sopra del 60% nei mercati per clienti residenziali e non residenziali, evidenzi la sussistenza di SMP in capo a Telecom Italia.

D3.14 Ritenendo, dunque, superati i primi due criteri, gli operatori alternativi proseguono con l'analisi del terzo criterio. A tale proposito, gli stessi affermano che, procedendo con la deregolamentazione dei mercati analizzati, si creerebbero le condizioni per consentire a Telecom Italia di mettere in atto strategie anticompetitive di *horizontal leveraging* sia tra i mercati dei servizi di traffico e di accesso che tra il mercato mobile e quello fisso. Fastweb, Tiscali, Wind e Welcome Italia rilevano, nel primo caso, che l'operatore *incumbent*, in assenza dell'obbligo di non privilegiare ingiustamente i clienti finali, possa commercializzare offerte *bundle* di servizi vocali, inclusive o meno di accesso che, privilegiando la componente *on-net* e facendo leva sulle ampie quote di mercato già detenute, sono in grado di rafforzare la sua posizione dominante su entrambi i mercati. Nel secondo caso, invece, Telecom Italia potrebbe fare offerte di servizi voce da rete fissa inclusivi anche di chiamate fisso-mobile a cui applica tariffe discriminatorie (prezzi bassi o nulli verso TIM e prezzi elevati per chiamate verso altri operatori) con il duplice effetto di sfruttare le quote elevate nei mercati fisso e mobile per realizzare offerte non replicabili e di distorcere il processo concorrenziale nel mercato delle comunicazioni mobili a vantaggio di TIM nel caso di offerte replicabili attraverso sussidi incrociati tra le direttrici mobili.

D3.15 Gli operatori alternativi affermano dunque che anche il terzo criterio risulta superato in quanto gli effetti anticompetitivi dei summenzionati comportamenti possono, secondo tali operatori, essere affrontati solo attraverso la regolamentazione *ex ante* in considerazione dei tempi generalmente lunghi di un'azione *antitrust* e del fatto che il solo intervento *antitrust* rende difficile l'individuazione di tutti i comportamenti abusivi posti in essere dall'*incumbent*, richiedendo uno sforzo ulteriore in termini di risorse e di costi da parte degli operatori concorrenti.

Valutazioni dell'Autorità

D3.16 Per quanto riguarda l'osservazione degli operatori in merito all'assenza di variazioni significative intervenute nei mercati oggetto dell'analisi, l'Autorità rileva che dal 2006 ad oggi sono intervenuti numerosi mutamenti nelle dinamiche competitive dei mercati dei servizi vocali e di quelli all'ingrosso correlati. In particolare, come riportato nella delibera n. 179/10/CONS (par. 102) relativa ai mercati dell'interconnessione, l'Autorità rileva che la netta diminuzione dei volumi di traffico raccolto in modalità CS/CPS venduti tra il 2005 e il 2008 è spiegata in larga parte dall'evoluzione della politica commerciale degli operatori alternativi che, al fine di acquisire la gestione completa del cliente finale, si sono progressivamente orientati verso soluzioni di

accesso diretto a scapito dei servizi di accesso indiretto, a testimonianza, quindi, del crescente livello di infrastrutturazione da loro raggiunto. Questa situazione di controllo dell'intera catena produttiva, nonché la stringente regolamentazione presente sui mercati dell'accesso, consente agli operatori alternativi di poter competere nei mercati dei servizi vocali offrendo servizi/prodotti analoghi a quelli dell'*incumbent*. Anche le dinamiche inerenti ai prezzi dei servizi offerti ai clienti finali ed alle quote di mercato sia di Telecom Italia che degli operatori alternativi mostrano variazioni rilevanti rispetto alla situazione di mercato considerata nella precedente analisi.

D3.17 Circa l'osservazione di BT sull'applicazione del *modified greenfield approach*, l'Autorità, come indicato nel paragrafo 73, ha seguito il suddetto approccio tenendo conto della regolamentazione vigente nei mercati dell'interconnessione. Tuttavia, come evidenziato al paragrafo 74, in considerazione del fatto che i servizi di traffico vocale sempre più spesso vengono offerti attraverso accessi diretti, l'Autorità ha ritenuto opportuno considerare anche il livello di competitività e la regolamentazione vigente nei mercati dell'accesso all'ingrosso alla rete fissa.

D3.18 In merito all'osservazione formulata da BT circa i *sunk costs*, l'Autorità rileva, in primo luogo, che gli investimenti effettuati dagli operatori alternativi risultano funzionali all'esercizio di un'attività ben più ampia rispetto alla sola fornitura dei servizi vocali oggetto di analisi. Inoltre, come indicato al paragrafo 76 dell'analisi, un operatore che voglia entrare nel mercato del traffico al dettaglio può avvalersi dei servizi all'ingrosso di accesso indiretto, disponibili sull'intero territorio nazionale e meno onerosi rispetto a quelli di accesso diretto poiché non richiedono il sostenimento di costi irrecuperabili.

D3.19 L'Autorità, in merito all'osservazione formulata da Fastweb, Wind e Tiscali circa la crescente rilevanza delle offerte *bundle* che li avrebbe in qualche modo indotti a privilegiare soluzioni di accesso diretto (ULL, *Bitstream*, WLR) in modo da essere in grado di proporre al mercato offerte *retail* analoghe a quelle proposte dall'*incumbent*, con conseguente incremento dei costi irrecuperabili, fa presente che il costo marginale dei servizi vocali risulta essere decrescente, addirittura prossimo allo zero e quindi la componente inerente al traffico voce, nell'ambito del *bundle*, pesa molto poco in termini di costo. L'Autorità, pertanto, ritiene che i *bundle* degli operatori alternativi non siano aggravati da costi irrecuperabili aggiuntivi per i servizi vocali in questione.

D3.20 Circa il problema dell'integrazione verticale di Telecom Italia evidenziato dagli operatori, l'Autorità ribadisce che, attualmente, gli operatori alternativi che forniscono i maggiori volumi di traffico vocale hanno raggiunto un livello di integrazione verticale tale da poter proporre alla clientela *retail* offerte a condizioni paragonabili a quelle dell'*incumbent*, potendo coordinare al meglio le risorse necessarie a livello *wholesale* e *retail*. L'Autorità, inoltre, come indicato al paragrafo 86 della presente analisi, ritiene

che gli obblighi regolamentari imposti nei mercati dell'accesso e dell'interconnessione siano sufficienti ad impedire che comportamenti anticompetitivi possano essere messi in atto dall'*incumbent*. Per quanto concerne in particolare le pratiche di *margin squeeze*, l'Autorità ribadisce che lo strumento per fronteggiare tali fenomeni è il test di replicabilità e, pertanto, rimanda a quanto sarà stabilito nell'ambito del procedimento di "Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell'ambito della Delibera n. 152/02/CONS".

D3.21 In merito all'osservazione di BT Italia circa la scarsa diffusione di offerte *bundle* nel mercato non residenziale, l'Autorità rileva, invece, che Telecom Italia, come anche altri operatori, offre pacchetti comprensivi di servizi di accesso e traffico telefonico. Con riferimento invece alle aziende che ricorrono a procedure di selezione del fornitore, si rimanda alle considerazioni espresse nell'ambito dell'analisi dei mercati dell'accesso (delibera n. 731/09/CONS), laddove si è ritenuto opportuno non prevedere, per tale tipologia di offerte, un obbligo di comunicazione *ex ante*.

D3.22 All'obiezione mossa dagli operatori in merito alle economie di scala, l'Autorità ribadisce che l'orientamento al costo della quasi totalità degli *input wholesale* necessari per la fornitura dei servizi vocali garantisce che gli operatori vengano a trovarsi sulla medesima curva di breve periodo dell*'incumbent*. Benché gli operatori alternativi, in ragione dell'inferiore scala di produzione, possano beneficiare di minori economie di scala, si rileva che, in considerazione della ridotta scala minima di produzione, tali differenze rivestono una scarsa rilevanza.

D3.23 In ordine all'osservazione effettuata dagli operatori circa la consistenza delle quote di mercato di Telecom Italia, l'Autorità sottolinea quanto già riportato ai paragrafi 116 e 117 della presente analisi in merito alla considerevole riduzione delle stesse nel periodo analizzato ed alla fase di maturità attraversata dai mercati in esame. Peraltro, i dati indicati nell'analisi sono tanto più significativi quanto più si considera la stabilità, nel tempo, di volumi e ricavi. Inoltre, l'Autorità osserva che dai dati forniti dagli operatori emerge che le dinamiche competitive, negli anni, hanno portato ad un incremento delle quote di ciascun operatore nei vari segmenti di mercato.

D3.24 Infine, relativamente ai comportamenti anticompetitivi di *horizontal leveraging* paventati dagli operatori alternativi, si evidenzia che, come rilevato al paragrafo 94 dell'analisi, la regolamentazione imposta nei mercati dell'accesso al dettaglio (delibera n. 731/09/CONS) è idonea a risolvere il problema dei *bundle* irragionevoli tra accesso e traffico vocale nonché fenomeni di sussidi incrociati tra i due mercati. Con riferimento, invece, al rischio di *leveraging* tra mercato mobile e mercato fisso si sottolinea che i comportamenti evidenziati potrebbero essere realizzati da tutti i maggiori operatori alternativi che dispongono di una rete mobile di comunicazione (come proprietari della stessa o anche solo come operatori virtuali). Si evidenzia, inoltre, che la replicabilità

delle offerte di Telecom Italia che includono chiamate fisso-mobile sarà verificata mediante il test di prezzo. In ogni caso, l'Autorità fa presente che le suddette problematiche relative alla discriminazione da parte di Telecom Italia nella fissazione delle tariffe, ed in particolare di quelle per i servizi fisso-mobile, saranno attentamente tenute in considerazione nell'ambito dell'attività di monitoraggio dei mercati oggetto del presente procedimento, all'esito della quale, l'Autorità – qualora dovessero emergere elementi di criticità sotto il profilo della concorrenza e della tutela del consumatore – si riserva di riesaminare i mercati in questione.

4. REVOCA DEGLI OBBLIGHI REGOLAMENTARI E MISURE TRANSITORIE

4.1. Rimozione degli obblighi esistenti

130. L'Autorità ritiene che la struttura e le dinamiche riscontrate nei mercati al dettaglio dei servizi di telefonia vocale per clienti residenziali e non residenziali, unitamente all'implementazione di una efficace regolamentazione dei corrispondenti mercati all'ingrosso e del mercato al dettaglio dell'accesso su rete fissa, siano in grado di ridurre le barriere all'entrata nei mercati analizzati nell'arco di tempo considerato dall'analisi e di rendere effettive le condizioni di concorrenza nei suddetti mercati.

131. Difatti gli obblighi regolamentari imposti nei mercati all'ingrosso dell'accesso e dell'interconnessione – in particolare gli obblighi di accesso, non discriminazione e separazione amministrativa rafforzati dagli Impegni di Telecom Italia approvati con delibera n. 718/08/CONS – possono considerarsi sufficienti a risolvere gran parte delle eventuali problematiche competitive che potrebbero sorgere nei mercati al dettaglio dei servizi telefonici, in particolare in virtù di pratiche di *vertical* ed *horizontal leveraging* (determinate ad esempio dal rifiuto di fornire input essenziali all'ingrosso, pratiche discriminatorie a livello *wholesale*, prezzi eccessivi, sussidi incrociati).

132. Alla luce delle considerazioni su esposte, l'Autorità intende revocare i rimedi imposti con la delibera n. 642/06/CONS in considerazione del fatto che il test dei tre criteri non è stato superato e che, pertanto, i mercati rilevanti individuati dalla presente analisi non risultano più suscettibili di regolamentazione *ex ante.*

4.2. Misure transitorie

133. L'Autorità, tuttavia, ritiene opportuno prevedere un periodo transitorio durante il quale alcuni degli obblighi revocati continuino, comunque, ad essere efficaci. La disciplina transitoria riguarda i seguenti obblighi imposti dalla delibera n. 642/06/CONS: *i)* l'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte ai fini del test di prezzo, limitatamente alle sole offerte tariffarie e con l'esclusione delle offerte definite

nell'ambito di procedure ad evidenza pubblica per la selezione del fornitore (art. 6, comma 3); *ii)* l'obbligo di non discriminare ingiustificatamente i clienti finali (art. 7) e *iii)* l'obbligo di non accorpare indebitamente i servizi offerti (art. 8).

134. Si ritiene che gli obblighi di cui al paragrafo precedente non siano rimossi con effetto immediato ma solo a seguito di un ragionevole periodo di preavviso[42]identificato in sei mesi dalla pubblicazione del presente provvedimento. Tale disciplina transitoria è disposta al fine di consentire alle parti interessate di adattarsi alla nuova situazione di assenza di regolamentazione *ex ante*

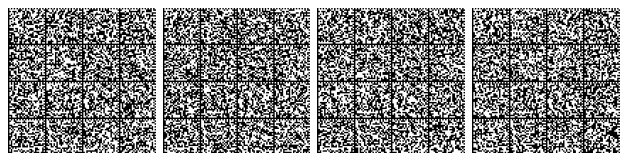
135. Con particolare riferimento all'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte, l'Autorità considera la suddetta misura transitoria volta altresì a consentirle di avere il tempo necessario per un adeguato monitoraggio sull'evoluzione delle offerte di servizi vocali da parte dell'*incumbent* nonché sull'applicazione della nuova metodologia relativa ai test di prezzo che è attualmente in fase di consultazione pubblica (delibera n. 667/09/CONS). Tale monitoraggio si rivela necessario soprattutto in relazione alle offerte di servizi di telefonia vocale non venduti in *bundle* con l'accesso.[43] L'Autorità ritiene, infatti, che la competitività su tali offerte possa essere sufficientemente garantita – in ragione della regolamentazione imposta nei mercati *wholesale* e della loro limitata diffusione – attraverso il solo controllo di replicabilità (attraverso test di prezzo) svolto *ex post.* Si ritiene, tuttavia, opportuno verificare che Telecom Italia non sia in grado di realizzare, immediatamente a seguito della rimozione degli obblighi, pratiche anticompetitive di *price-squeeze* attraverso le suddette offerte.

136. Si evidenzia in ogni caso che, al termine del periodo transitorio, l'Autorità potrà – successivamente alla commercializzazione dell'offerta – procedere ad effettuare le necessarie attività di vigilanza sulla replicabilità dell'offerta stessa impiegando la metodologia dei test di prezzo che sarà definita all'esito del procedimento di cui alla delibera n. 667/09/CONS e potrà richiedere, a tale scopo, a Telecom Italia di trasmettere, tra l'altro, i dati di consuntivo relativi ai volumi di traffico ed ai ricavi associati all'offerta.

137. Si sottolinea, infine, che l'Autorità monitorerà l'effettiva evoluzione del mercato, al fine di verificare che non vi siano riflessi negativi per la concorrenza e per gli utenti.

---

[42] Cfr. art. 16, comma 3, della Direttiva Quadro "*La revoca degli obblighi è comunicata alle parti con un congruo preavviso*".

[43]Per quanto concerne le offerte di servizi comprensive di traffico vocale e accesso, si ritiene che la regolamentazione imposta nei mercati *wholesale*, unitamente all'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte aventi ad oggetto i servizi al dettaglio di accesso da rete fissa (venduti anche in con altri servizi) ai fini della verifica del test di prezzo, imposto dalla delibera n. 731/09/CONS, sia sufficiente a prevenire il compimento da parte di Telecom Italia di pratiche anticompetitive di *price-squeeze* su tali offerte.

D.4. Si condivide l'orientamento dell'Autorità in merito alla revoca degli obblighi regolamentari ed alla misura transitoria proposta?

Osservazioni degli operatori

D4.1 Telecom Italia condivide le conclusioni cui perviene l'Autorità in merito alla revoca degli obblighi regolamentari imposti nei mercati in esame nel precedente ciclo di analisi di mercato. Per contro, gli altri operatori che hanno partecipato alla consultazione ed AIIP considerano le conclusioni cui perviene l'Autorità non condivisibili, non essendo rinvenibili elementi di novità rispetto al primo ciclo di analisi di mercato tali da giustificare il mancato superamento del triplo test e, pertanto, la deregolamentazione suddetta. Inoltre, tali soggetti contestano le motivazioni addotte dall'Autorità, secondo cui la regolamentazione *wholesale* è idonea a creare i presupposti per un sufficiente livello di concorrenza nei mercati al dettaglio.

D4.2 In particolare, Fastweb, Tiscali e Wind sottolineano preliminarmente la necessità di assicurare, nell'ambito di tale procedimento, la piena coerenza tra la rimozione degli obblighi a livello *retail* e le misure volte a garantire la piena efficacia degli obblighi nei mercati verticalmente collegati; tuttavia, secondo tali operatori, l'attuale stato della regolamentazione, caratterizzato da procedimenti ancora in corso, determina uno stato di incertezza tale da non consentire la rimozione degli obblighi *retail* ad oggi vigenti.

D4.3 In particolare, gli operatori lamentano il fatto che la delibera n. 667/09/CONS, concernente la metodologia del test di prezzo, non tratti alcuni temi rilevanti quali la replicabilità delle offerte *bundle* comprensive di servizi fisso-mobile e quelle non comprensive del servizio di accesso.

D4.4 Inoltre gli operatori affermano che le versioni sottoposte a consultazione delle delibere n. 704/09/CONS e 705/09/CONS, concernenti le analisi dei mercati dell'interconnessione, non prevedono adeguate misure quali, ad esempio, l'esplicito richiamo al fatto che i clienti finali di Telecom Italia debbano poter accedere ai servizi di qualsiasi fornitore interconnesso nelle modalità di selezione e preselezione del vettore che (presente nella delibera n. 642/06/CONS) è stato implicitamente rimosso con la delibera n. 95/10/CONS. Gli operatori lamentano, altresì, che né le delibere sopra menzionate, né la delibera n. 95/10/CONS sui mercati *retail,* prevedano un esplicito obbligo di replicabilità delle offerte al dettaglio di traffico telefonico sulla base dei servizi all'ingrosso verticalmente collegati.

D4.5 Conformemente alle osservazioni degli altri operatori, Vodafone specifica che la posizione dell*'incumbent*, il quale non solo detiene quote di mercato ampiamente

superiori al 50%, ma è anche verticalmente integrato in tutti gli stadi della catena produttiva ed è proprietario dell'unica rete di accesso capillarmente diffusa in tutto il territorio nazionale, genera nel mercato italiano forti criticità strutturali non risolvibili tramite la sola regolamentazione imposta a livello *wholesale*. Anche AIIP osserva che gli obblighi regolamentari imposti a Telecom Italia nei mercati all'ingrosso, dell'accesso e dell'interconnessione non sono sufficienti a prevenire comportamenti abusivi, come quelli di *margin squeeze*.

D4.6 In merito alla disciplina transitoria proposta dall'Autorità, Telecom Italia non condivide la scelta di mantenere in vita alcuni degli obblighi vigenti per un periodo di sei mesi e ritiene, invece, appropriato che tutti gli obblighi imposti dalla delibera n. 642/06/CONS siano rimossi con effetto immediato a seguito della pubblicazione della decisione finale, non sussistendo alcun bisogno reale che giustifichi un tale periodo di preavviso.

D4.7 Per contro, tutti gli operatori alternativi contestano la durata della disciplina transitoria proposta dall'Autorità in quanto stimata troppo breve, reputando necessario il mantenimento dei vigenti obblighi almeno sino alla prossima analisi di mercato, ossia per ulteriori 18 mesi. In particolare, Fastweb, Tiscali e Wind evidenziano che, affinché la suddetta misura possa risultare efficace, il periodo transitorio non può essere inferiore a 18-24 mesi e comunque condizionato alla verifica della piena idoneità degli obblighi *wholesale* che verranno imposti nei mercati collegati.

D4.8 I suddetti operatori, inoltre, affermano che, tra gli obblighi soggetti al periodo transitorio, debba essere incluso - al fine di minimizzare i rischi di *leveraging* orizzontale - anche l'obbligo di non discriminazione dei prezzi al dettaglio in funzione delle reti di destinazione, sia per le chiamate locali e nazionali che per le chiamate fisso-mobile. BT sottolinea l'importanza della presenza dell'obbligo di non discriminare ingiustamente i clienti finali in quanto rileva che, in assenza di tale obbligo, Telecom Italia potrebbe porre in essere azioni basate, ad esempio, sulla differenziazione dei prezzi delle offerte di telefonia vocale tra le aree aperte all'ULL e le aree non aperte all'ULL, realizzando così un *horizontal leveraging* fra mercato dell'accesso e mercato della telefonia vocale, oppure potrebbe agire sulla differenziazione dei prezzi del traffico fisso-mobile in relazione all'operatore di terminazione TIM, sfruttando in modo abusivo l'integrazione delle attività fisse e mobili.

D4.9 In relazione alla previsione di un controllo *ex-post* sulla replicabilità delle singole offerte (art. 4, comma 4), Telecom Italia, pur riconoscendo l'esigenza da parte dell'Autorità di verificare in tal modo il rispetto del principio di parità di trattamento interno-esterno nella fornitura di servizi *wholesale*, considera essenziale che il provvedimento finale - al fine di assicurare la certezza regolamentare - indichi chiaramente la procedura, le modalità e gli stessi criteri di avvio del suddetto controllo

ex post. Sul punto Telecom Italia sottolinea che il controllo *ex post* sulla singola offerta non può avvenire sulla base della metodologia di cui alla delibera n. 667/09/CONS definita per un controllo *ex ante* e fondata, dunque, sull'applicazione di un test numerico sulla singola offerta ancora in fase di lancio commerciale. Nel caso di verifica *ex post*, invece, essendo l'offerta già commercializzata, le risultanze del test numerico devono essere lette alla luce delle evidenze del mercato. Telecom Italia sottolinea che, alla luce del contesto concorrenziale rilevato dall'analisi, un controllo *ex post* si giustifichi non a livello di singola offerta *retail*, ma a livello del mercato del traffico *retail* nel suo complesso.

D4.10 Tutti gli altri operatori condividono, invece, la necessità di vigilare, una volta decorso il periodo transitorio, sulla effettiva evoluzione del mercato mediante meccanismi di controllo *ex post*, purché il provvedimento finale preveda una puntuale definizione delle modalità e dei tempi di attuazione delle analisi di replicabilità delle offerte medesime.

D4.11 In particolare, Fastweb, Tiscali e Wind richiedono che l'Autorità preveda che la suddetta verifica *ex post* sia sistematica su tutte le offerte Telecom Italia con tempistiche certe per il completamento dell'analisi di replicabilità. Gli operatori affermano inoltre la necessità di una ripetizione periodica dell'analisi di replicabilità e, infine, nel caso di mancato superamento del test svolto *ex post*, di adeguate misure sanzionatorie, al fine di disincentivare Telecom Italia dal porre in essere pratiche anticoncorrenziali quali la modifica retroattiva e la sospensione della commercializzazione dell'offerta non replicabile.

D4.12 Con specifico riferimento all'applicazione della metodologia del test di prezzo di cui alla delibera n. 667/09/CONS, gli operatori alternativi pongono l'accento sullo stato di incertezza in cui la suddetta disciplina versa, essendo essa, attualmente, in fase di definizione da parte dell'Autorità. Sul punto, BT Italia rileva la necessità che l'Autorità precisi che, nelle more della conclusione del relativo procedimento, il test di prezzo da utilizzare è quello definito dalla delibera n. 152/02/CONS. Fastweb, Tiscali e Wind sottolineano, invece, che, al fine di evitare pratiche anticoncorrenziali di *horizontal leveraging*, la metodologia del test di prezzo dovrà prevedere, per le offerte inclusive di fisso-mobile, meccanismi per verificare la compatibilità competitiva delle componenti "*on-net*" e "*off-net*", sia valutando profili di compressione dei margini, sia profili distorsivi del processo competitivo anche del mercato mobile, sia, ancora, eventuali sussidi incrociati di natura anticompetitiva da parte dell'*incumbent*.

Valutazioni dell'Autorità

D4.13 Circa il rilievo degli operatori alternativi sulla necessità di coerenza tra le previsioni della presente delibera e le misure previste nell'ambito dei procedimenti

relativi all'analisi dei mercati dell'interconnessione, l'Autorità evidenzia che la delibera n. 179/10/CONS, con la quale si conclude il procedimento di analisi dei mercati della raccolta e della terminazione, contiene alcune previsioni aggiuntive rispetto allo schema di provvedimento sottoposto a consultazione pubblica (delibera n. 704/09/CONS) che tengono conto della deregolamentazione dei mercati al dettaglio del traffico telefonico. La delibera sopra menzionata, infatti, afferma innanzitutto il principio di replicabilità delle offerte *retail* che si basano sull'utilizzo dei servizi di interconnessione (raccolta, transito e terminazione) regolamentati (art. 17, comma 7) e specifica, inoltre, che Telecom Italia debba fornire i servizi di *carrier pre-selection* e *carrier selection* al fine di consentire ai propri clienti finali di accedere ai servizi di qualsiasi fornitore interconnesso nelle suddette modalità (art. 12, comma 3 lett. a). Tali previsioni relative ai servizi al dettaglio, nonostante la deregolamentazione dei mercati del traffico telefonico stabilita con la presente delibera, hanno ancora ragion d'essere in quanto volte a garantire la piena efficacia dei rimedi imposti nell'ambito dei mercati all'ingrosso dell'interconnessione.

D4.14 Con riferimento invece al procedimento volto alla definizione della metodologia del test di prezzo, l'Autorità terrà conto, nella relativa delibera finale, delle osservazioni espresse dagli operatori circa la coerenza delle misure che verranno adottate all'esito del suddetto procedimento con la rimozione degli obblighi al dettaglio e, in particolare, con la previsione del controllo di replicabilità *ex post* delle offerte di servizi di traffico telefonico venduti *stand-alone* o in *bundle* con servizi non regolamentati.

D4.15 In relazione alla durata del periodo transitorio, l'Autorità conferma la posizione espressa nel documento sottoposto a consultazione pubblica reputando eccessiva l'estensione, richiesta dagli operatori, del suddetto periodo transitorio a 18-24 mesi che rappresentano l'intero periodo di riferimento di un'analisi di mercato. Una regolamentazione transitoria che coinvolgesse un arco di tempo così elevato sarebbe, infatti, equivalente ad una regolamentazione del mercato che, dall'analisi del triplo test, è invece risultato non più suscettibile di regolamentazione *ex ante*. Tuttavia, anche alla luce dei timori evidenziati dagli operatori sui rischi di pratiche anticoncorrenziali di Telecom Italia, l'Autorità ribadisce l'opportunità di avviare un'attività di monitoraggio del mercato che tenga conto, in particolare, delle politiche di prezzo di Telecom Italia – *in primis* delle offerte fisso-mobile – all'esito della quale l'Autorità, qualora dovessero emergere elementi di criticità sotto il profilo della concorrenza e della tutela del consumatore, si riserva di riesaminare i mercati in questione.

D4.16 In relazione alla richiesta avanzata da tutti i partecipanti alla consultazione, inclusa Telecom Italia, di una maggiore chiarezza circa la procedura, le modalità e gli stessi criteri di avvio del controllo *ex post*, l'Autorità ritiene opportuno fornire i richiesti chiarimenti all'esito del procedimento volto alla definizione della nuova metodologia del test di prezzo (delibera n. 667/09/CONS).

D4.17 Circa la richiesta degli operatori sulle conseguenze dell'esito dell'accertamento della replicabilità dell'offerta, l'Autorità precisa che nel caso in cui, a seguito della verifica *ex post*, l'Autorità accertasse la non replicabilità dell'offerta, Telecom Italia sarebbe sanzionabile in forza dell'articolo 98 del Codice. Gli Uffici dell'Autorità potrebbero, inoltre, come già risulta dalla prassi, ordinare a Telecom Italia il ritiro o l'interruzione temporanea dell'offerta stessa.

D4.18 In merito, infine, al timore che vi sia incertezza circa la metodologia di test di prezzo applicabile fino all'entrata in vigore della delibera definitiva sulla nuova metodologia dei test di prezzo (sottoposta a consultazione pubblica con delibera n. 667/09/CONS), l'Autorità chiarisce che fino ad allora continuerà ad essere applicata la metodologia tutt'ora vigente prevista dalla delibera n. 152/02/CONS.

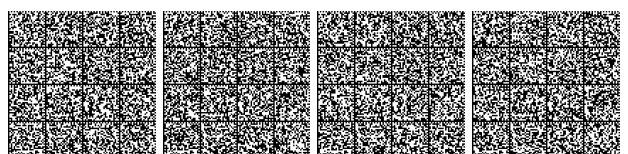
Tutto ciò premesso e considerato,

VISTA la lettera della Commissione europea SG-Greffe (2010) D/6737 del 7 maggio 2010 relativa allo schema di procedimento concernente "Identificazione e analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati nn. 3 e 5 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE)" adottato dall'Autorità in data 25 marzo 2010 e notificato alla Commissione Europea ed ai Paesi membri in data 6 aprile 2010;

CONSIDERATO che la Commissione europea non ha formulato alcuna osservazione in relazione allo schema di provvedimento notificato dall'Autorità e ha concluso che, secondo quanto stabilito dall'articolo 7, comma 5, della Direttiva 2002/21/CE, l'Autorità può adottare la decisione finale dovendo, in tal caso, comunicarla alla Commissione;

VISTO il parere dell'Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato (AGCM), pervenuto in data 4 giugno 2010, relativo allo schema di provvedimento concernente "Identificazione e analisi dei mercati dei servizi telefonici locali, nazionali e fisso-mobile disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali e non residenziali (mercati nn. 3 e 5 della Raccomandazione della Commissione europea n. 2003/311/CE)" adottato dall'Autorità in data 25 marzo 2010 e trasmesso all'AGCM in data 6 aprile 2010;

CONSIDERATO che l'AGCM concorda con l'Autorità circa la definizione merceologica dei mercati in esame, condividendo, dunque, l'inclusione in un unico mercato dei servizi di telefonia locale, nazionale e fisso mobile, nonché l'inclusione nel suddetto mercato dei servizi in tecnologia VoIP in decade zero e di tipo *managed*;

CONSIDERATO che l'AGCM concorda altresì con l'Autorità circa "*l'identificazione di due distinti mercati, uno riferito alla clientela residenziale e l'altro*

a quella non residenziale alla luce del permanere ancora oggi di condizioni economiche e di offerta diversificate a seconda della differente domanda originata sul mercato dai due segmenti di clientela";

CONSIDERATO che l'AGCM, in merito alla definizione geografica dei suddetti mercati, condivide la posizione dell'Autorità circa la dimensione nazionale degli stessi in considerazione dell'omogeneità delle condizioni competitive a livello nazionale;

CONSIDERATO che l'AGCM, in relazione alla verifica del triplo test, condivide la conclusione dell'Autorità circa la non suscettibilità di regolamentazione *ex ante* dei mercati rilevanti individuati;

CONSIDERATO che l'AGCM concorda con l'Autorità nel ritenere che "*gli obblighi regolamentari imposti nei mercati all'ingrosso dell'accesso e dell'interconnessione e gli impegni assunti da Telecom Italia possono considerarsi sufficienti a risolvere gran parte delle eventuali problematiche competitive che potrebbero sorgere nei mercati al dettaglio dei servizi telefonici*";

CONSIDERATO che l'AGCM, nel richiamare "*l'importanza ai fini concorrenziali della definizione del nuovo modello di costo per i servizi di accesso all'ingrosso e dell'introduzione della nuova metodologia dei test di prezzo per la verifica della replicabilità delle offerte al dettaglio di Telecom Italia*", ritiene che potrebbe risultare opportuno "*prolungare la durata della disciplina transitoria e, quindi, il mantenimento degli obblighi di comunicazione preventiva delle offerte, di non discriminazione dei clienti finali e di non accorpamento indebito dei servizi offerti, perlomeno fino alla definizione e piena operatività di tali modelli, che non potranno ragionevolmente avvenire in un arco di tempo inferiore a un anno dalla conclusione dei relativi procedimenti in corso*";

RITENUTO di condividere pienamente le osservazioni formulate dall'AGCM in merito alla definizione dei mercati rilevanti ed al mancato superamento del triplo test;

CONSIDERATO che la previsione di un periodo transitorio superiore ad un anno dalla conclusione dei suddetti procedimenti in corso (cfr. delibere n. 121/10/CONS e n. 667/09/CONS) non appare conciliabile con gli esiti dell'analisi, ossia con la mancata individuazione della posizione dominante di Telecom Italia e con la conseguente rimozione degli obblighi esistenti prescritta dal Codice;

CONSIDERATO, peraltro, che i procedimenti volti – rispettivamente - alla definizione del nuovo modello di costo per i servizi di accesso all'ingrosso ed all'introduzione della nuova metodologia dei test di prezzo si concluderanno nel lasso di tempo necessario all'acquisizione dei relativi pareri della Commissione europea ed alla successiva definizione dei documenti finali, ovverosia nell'arco di alcuni mesi;

RITENUTO alla luce di quanto espresso nei paragrafi precedenti che il periodo transitorio di sei mesi previsto dal presente provvedimento risulti quindi proporzionato allo scopo di consentire agli operatori alternativi di adattarsi alla nuova situazione di assenza di regolamentazione *ex ante*;

RITENUTO – peraltro - opportuno l'avvio di un'attività di monitoraggio del mercato che tenga conto, in particolare, delle politiche di prezzo di Telecom Italia – *in primis* delle offerte fisso-mobile – all'esito della quale l'Autorità, qualora dovessero emergere elementi di criticità sotto il profilo della concorrenza e della tutela del consumatore, si riserva di riesaminare i mercati in questione;

UDITA la relazione del Commissario Enzo Savarese, relatore ai sensi dell'art. 29 del Regolamento concernente l'organizzazione ed il funzionamento dell'Autorità;

DELIBERA

Art. 1

DEFINIZIONI

1. Ai fini del presente provvedimento si intende per:

   a. "Autorità" l'Autorità per le garanzie nelle comunicazioni, istituita dall'art. 1, comma 1, della legge 31 luglio 1997, n. 249;

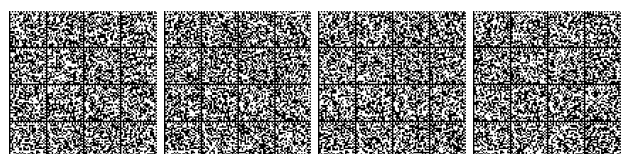
   b. "operatore dominante" ovvero "operatore notificato" l'operatore designato quale detentore di significativo potere di mercato;

   c. "clienti residenziali", le persone fisiche residenti in abitazioni private che generalmente acquistano i servizi per finalità diverse da quelle imprenditoriali o professionali e che riportano il proprio codice fiscale sul contratto sottoscritto con l'operatore;

   d. "clienti non residenziali", le persone giuridiche che acquistano i servizi per finalità di tipo imprenditoriale o professionale e che riportano sul contratto la partita IVA;

   e. "offerta generalizzata", listini base praticati agli abbonati di Telecom Italia per i servizi di chiamata locale, nazionale e fisso-mobile, residenziale e non residenziale;

   f. "offerte tariffarie", pacchetti tariffari, ovvero listini specifici la cui sottoscrizione avviene per adesione da parte del cliente, comprensivi di quelli che richiedono soluzioni specifiche e di servizi di telefonia vocale venduti in *bundle* con altri servizi;

   g. "operatore alternativo": impresa autorizzata a fornire una rete pubblica di comunicazioni, o una risorsa correlata, diversa dall'operatore notificato (*Other Authorised Operators* o OAOs).

Art. 2

IDENTIFICAZIONE DEL MERCATO RILEVANTE

1. Sono identificati i seguenti mercati rilevanti:
   - il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti residenziali;
   - il mercato dei servizi telefonici (locali, nazionali e fisso-mobile) disponibili al pubblico e forniti in postazione fissa per clienti non residenziali.
2. I mercati rilevanti, di cui al comma 1, hanno tutti dimensione geografica nazionale.

Art. 3

SUSCETTIBILITÀ DEL MERCATO ALLA REGOLAMENTAZIONE EX ANTE

1. I mercati rilevanti di cui al precedente articolo non sono suscettibili di regolamentazione *ex ante* non risultando soddisfatti i tre criteri di cui al punto 2 della Raccomandazione della Commissione Europea 2007/879/CE.

Art. 4

REVOCA DEGLI OBBLIGHI

1. Nei mercati rilevanti di cui al precedente articolo 2 – e salvo quanto previsto al comma successivo – sono revocati tutti gli obblighi imposti a Telecom Italia dalla delibera n. 642/06/CONS, in quanto i mercati non sono più suscettibili di regolamentazione *ex ante*.
2. La rimozione dell'obbligo di comunicazione preventiva delle offerte ai fini della verifica dei test di prezzo – limitatamente alle sole offerte tariffarie – di cui all'articolo 6, comma 3, della delibera n. 642/06/CONS, nonché degli obblighi di non privilegiare ingiustamente determinati clienti finali e di non accorpare in modo indebito i servizi offerti di cui agli articoli 7 e 8 della medesima delibera avrà efficacia decorsi sei mesi dalla pubblicazione del presente provvedimento nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica Italiana.
3. L'Autorità effettuerà la verifica dei prezzi di cui al comma precedente mediante i test di prezzo che saranno definiti all'esito del procedimento di "Adeguamento e innovazione della metodologia dei test di prezzo attualmente utilizzati nell'ambito della Delibera n. 152/02/CONS", avviato con comunicazione del 30 gennaio 2009 ed attualmente in fase di consultazione pubblica (delibera n. 667/09/CONS). Fino all'entrata in vigore della suddetta disciplina continuerà ad essere applicata la metodologia dei test di prezzo di cui alla delibera n. 152/02/CONS.
4. Decorso il periodo transitorio di cui al comma 2, l'Autorità può in ogni caso – successivamente alla commercializzazione dell'offerta – procedere ad effettuare le necessarie attività di vigilanza sulla replicabilità dell'offerta, e potrà richiedere, a

tale scopo, a Telecom Italia di trasmettere, tra l'altro, i dati di consuntivo relativi ai volumi di traffico ed ai ricavi associati all'offerta.

La presente delibera è trasmessa alla Commissione europea ed alle Autorità di regolamentazione degli Stati membri dell'Unione europea.

La presente delibera è notificata alla società Telecom Italia S.p.A..

Avverso la presente delibera può essere presentato ricorso al TAR del Lazio ai sensi dell'art. 1, comma 26, della legge 31 luglio 1997, n. 249.

La presente delibera è pubblicata nella *Gazzetta Ufficiale* della Repubblica italiana, nel Bollettino Ufficiale e sul sito *web* dell'Autorità.

Napoli, 10 giugno 2010

Il presidente: Calabrò

Il commissario relatore: Savarese

10A08327

ITALO ORMANNI, *direttore*

Alfonso Andriani, *redattore*
Delia Chiara, *vice redattore*

(WI-GU-2010-SON-122) Roma, 2010 - Istituto Poligrafico e Zecca dello Stato S.p.A. - S.